

## Treball de fi de grau

Títol

**El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya.**

**La incorporació de l'"smartphone" a les redaccions de TV3, 8TV,  
Betevé i Cugat.cat**

Autor/a

**Amanda Sánchez Franch**

Tutor/a

**Núria Torras Planas**

Departament	Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Projecte
Data	31/05/2017

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:** El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya. La incorporació de l'"smartphone" a les redaccions de TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat.

**Castellà:** El periodismo móvil. Un reto global con mirada en Cataluña. La incorporación del 'smartphone' en las redacciones de TV3, 8TV, Betevé y Cugat.cat.

**Anglès:** Mobile journalism. A global challenge with a catalan view. The incorporation of smartphone in TV3, 8TV, Betevé and Cugat.cat

**Autor/a:** Amanda Sánchez Franch

**Tutor/a:** Núria Torras Planas

**Curs:** 2016/17 **Grau:** Periodisme

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:** periodisme mòbil, telèfon intel·ligent, mitjans digitals, multitasking, internet, noves tecnologies, innovació

**Castellà:** periodismo móvil, teléfono inteligente, medios digitales, multitasking, internet, nuevas tecnologías, innovación

**Anglès:** mobile journalism, smartphone, digital media, multitasking, internet, new technology, innovation

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:** Les redaccions estan canviant. La popularització de la telefonia mòbil intel·ligent està modificant la manera com consumim i compartim informació i és feina de tots els professionals de la comunicació veure com canalitzem aquesta nova eina per explicar el món a partir de fórmules noves. El telèfon intel·ligent accentua el concepte d'ubiquïtat: podem compartir qualsevol informació, des de qualsevol lloc i en qualsevol moment. Això encén infinitat d'ulls arreu del món, que capturen vídeos d'alta qualitat i que poc després són vistos a l'altre extrem del planeta. La tecnologia dels smartphones ens permeten arribar a realitats allunyades sense haver-hi de posar un peu.

**Castellà:** Las redacciones están cambiando. La popularización de los teléfonos inteligentes está modificando el modo de consumir y compartir información, y es tarea de todos los profesionales de la comunicación buscar el modo de canalizar esta nueva herramienta para explicar el mundo a partir de nuevas formulas. El teléfono inteligente acentúa el concepto de ubicuidad: podemos compartir cualquier tipo de información, desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto sitúa infinidad de ojos en todo el mundo, que capturan vídeos de alta calidad y poco después pueden ser vistos en el otro extremo del planeta. La tecnología de los smartphones nos permite alcanzar realidades alejadas sin tener que poner un pie en ellas.

**Anglès:** News desks are changing. The populization of smartphones is changing the way we consume and share information, and it is the job of all media professionals to see how we use this new tool to explain what happens in the world by using new formulas. The smartphone accentuates the concept of ubiquity: we are now able to share any information, anywhere and anytime. This turns on countless eyes around the world, capturing high quality videos and, a few minutes after, they are seen on the other side of the planet. The technology of smartphones allows us to get to distant rellities without never steping on them.

## **TREBALL DE FI DE GRAU**

# **El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya**

*La incorporació de l'‘smartphone’ a les  
redaccions de TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat*

**Amanda Sánchez Franch**

**Tutoria: Núria Torras Planas**

**Universitat Autònoma de Barcelona**

**Facultat de Ciències de la Comunicació**

## Resum

Les redaccions estan canviant. La popularització de la telefonia mòbil intel·ligent està modificant la manera com consumim i compartim informació i és feina de tots els professionals de la comunicació veure com canalitzem aquesta nova eina per explicar el món a partir de fórmules noves.

Els telèfons intel·ligents o *smartphones* accentuen el concepte d'ubiqüitat: podem compartir qualsevol informació, des de qualsevol lloc i en qualsevol moment. Això encén infinitat d'ulls arreu del món, que enregistren vídeos d'alta qualitat i poc després són vistos a l'altre extrem del planeta. La tecnologia dels *smartphones* ens permet arribar a realitats allunyades sense haver-hi de posar un peu.

L'entrada dels telèfons mòbils a les redaccions està canviant algunes de les rutines periodístiques dels mitjans: quins reptes ens presenta el que podria ser una nova modalitat de periodisme, denominat *periodisme mòbil*?

## Paraules clau

Periodisme mòbil, telèfons intel·ligents, *smartphones*, mitjans digitals, *multitasking*, Internet, noves tecnologies, redaccions, rutines periodístiques, innovació, ubiqüitat, connectivitat, digital, Catalunya, televisió, mitjans audiovisuals.

# ÍNDEX

1. Presentació del projecte .....	5
1.1 El perquè del projecte .....	6
1.2 Quins són els objectius del projecte? .....	7
1.3 Metodologia.....	7
1.4 Experiència pròpia.....	9
1.5 Estructura del treball.....	9
2. Marc teòric .....	10
2.1 Evolució de la telefonia mòbil .....	11
2.2 Internet i la telefonia mòbil .....	13
2.3 La revolució dels telèfons digitals: l'iPhone .....	15
2.4 El paper de les aplicacions mòbils .....	16
2.5 L' <i>smartphone</i> en la societat .....	17
2.6 El telèfon intel·ligent en l'àmbit de la comunicació.....	19
2.7 Convergència mediàtica .....	20
2.8 Què és el periodisme mòbil? .....	21
2.8.1 Avantatges i inconvenients de l'ús del mòbil a les redaccions.....	23
2.8.2 Kit <i>mojo</i> .....	24
2.9 Implantació del periodisme mòbil a quatre redaccions catalanes .....	26
2.9.1 El cas de TV3.....	26
2.9.2 El cas de 8TV .....	27
2.9.3 El cas de BTV .....	28
2.9.4 El cas de Cugat.cat .....	29
3. Especificacions del documental: 'El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya' .....	29
3.1 Tema .....	29
3.2 Gènere de producció .....	30
3.3 Nombre de capítols .....	30
3.4 Durada .....	30
3.5 Públic objectiu .....	30
4. Fonts personals.....	30
4.1 Fonts expertes .....	30
4.2 Fonts protagonistes .....	31
5. Tractament audiovisual .....	33
5.1 Dispositiu gràfic.....	33
5.2 Dispositiu sonor.....	33
6. Equip material i aplicacions .....	34
6.1 Equip de periodisme mòbil .....	34
6.1.1 Característiques de l' <i>smartphone</i> .....	35
6.2 Aplicacions mòbils .....	35
7. Guió final .....	36
7.1 Estructura del guió .....	36
7.2 Escaleta .....	38

<b>8. Producció .....</b>	<b>41</b>
<b>8.1 Calendari .....</b>	<b>41</b>
8.1.1 Calendari previst .....	41
8.1.2 Calendari final .....	42
<b>9. Pressupost final .....</b>	<b>43</b>
<b>10. Conclusions .....</b>	<b>43</b>
<b>10.1 Recomanacions .....</b>	<b>47</b>
<b>11. Bibliografia i webgrafia .....</b>	<b>48</b>
<b>ANNEXOS.....</b>	<b>52</b>
<b>1. Detall guió del documental.....</b>	<b>52</b>
<b>2. Diari de camp: elaboració entrevistes.....</b>	<b>60</b>
2.1 Entrevista a Jordi Flamarich.....	60
2.2 Entrevista a David Bassa .....	61
2.3 Entrevista Joan Miquel Fernàndez.....	63
2.4 Entrevista a Xavier Muixi .....	64
2.5 Entrevista Pipo Serrano .....	65
<b>3. Permís d'ús d'entrevistes .....</b>	<b>66</b>

## 1. Presentació del projecte

*El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya* és un projecte que analitza l'aparició del periodisme mòbil: una nova forma d'explicar els fets d'actualitat a través dels telèfons intel·ligents o *smartphones*, i que utilitza les prestacions del dispositiu i les adapta a les necessitats del camp periodístic, tal com mostra aquest projecte. Alhora, el projecte analitza la introducció del periodisme mòbil en unes determinades redaccions de televisió d'àmbit català (TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat).

L'evolució tecnològica dels telèfons mòbils i la confluència entre Internet i les noves tecnologies han modificat la nostra manera de relacionar-nos entre nosaltres i amb el món. La immediatesa, la connectivitat i la portabilitat que permeten els telèfons intel·ligents obren la mirada dels periodistes i proposen noves fórmules per explicar històries.

Els telèfons mòbils, des dels seus orígens a començament del segle XX, han modificat la manera de relacionar-nos entre persones, afegint la possibilitat de comunicar-nos a distància. L'evolució tècnica d'aquests dispositius mòbils i l'aparició d'Internet, juntament amb una democratització de l'aparell, han ampliat aquest espai comunicatiu, permetent una comunicació social global i, a més, interactiva, de molts a molts (Núria Escalona, 2014).

Fins a començaments del segle XIX, l'usuari actuava com un mer consumidor del què passava a Internet, però amb l'aparició de la web 2.0 passa a ser alhora un potencial creador de contingut. Gràcies als telèfons mòbils d'última generació té a les seves mans una càmera d'alta qualitat, gravadora de veu i totes les aplicacions que pugui necessitar a les botigues d'aplicacions presents a qualsevol *smartphone*. En paraules de Núria Escalona (2014):

La tecnologia, com ja exposava el comunicòleg Marshal McLuhan (1996) amb la seva afirmació "el mitjà és el missatge", s'ha considerat una extensió de l'home que n'eleva el benestar o la seva qualitat de vida. També ha desenvolupat grans avenços en el desenvolupament professional de la comunicació i, avui dia, sembla com si aquest desenvolupament no tingués límits. (Escalona, 2014, p. 20)

Quan totes aquestes possibilitats s'apliquen a l'àmbit del periodisme apareix el que s'anomena periodisme mòbil, també anomenat *mobile journalism* o *mojo*. Diversos periodistes han trobat en el telèfon mòbil un recurs més per elaborar contingut informatiu de qualitat. Aquest fet, nascut d'una mera casualitat on un periodista presenciava un esdeveniment imprevist i utilitzava el mòbil per enregistrar-ho, ha obert la mirada dels professionals de la comunicació, que cada cop perfeccionen més els processos de producció informativa i troben noves potencialitats en el telèfon intel·ligent o *smartphone*.

En l'actualitat, l'*smartphone* permet al periodista enregistrar imatges i veu, fer connexions en directe, editar vídeos o redactar textos, i per tant, realitzar qualsevol part del procés de producció d'una peça informativa, i amb un equip molt més lleuger. El que és evident, però, és que aquesta nova eina de treball necessita un procés d'investigació i d'experimentació, i a més, accentua encara més la figura del periodista *multitasking*<sup>1</sup>.

## 1.1 El perquè del projecte

Una de les principals motivacions per dur a terme aquest treball és la pròpia inquietud per les noves tecnologies i els mitjans digitals. El telèfon mòbil s'ha convertit en una eina de treball indispensable en el camp periodístic, que està creixent com a modalitat. Cada vegada hi ha més aplicacions útils per fer peces de qualitat, s'està produint una especialització per part dels professionals que s'hi dediquen<sup>2</sup>, diàriament apareixen nous accessoris que doten de més funcionalitat a l'eina i, com a resultat, cada cop hi ha més peces produïdes a partir dels telèfons intel·ligents<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Periodista *multitasking* és aquell capaç d'elaborar notícies per premsa, ràdio, televisió, Internet i altres plataformes. Aquest fenomen és fruit de la convergència de mitjans en l'era digital, on la funció del periodista ha de ser polivalent. (GARCIA AVILÉS, J.A.; CARVAJAL, M. (2008) p.229-230.)

<sup>2</sup> El Mobile Journalism Conference (RTÉ Mojocon), celebrat a Irlanda, és un congrés anual on hi participen mitjans de comunicació d'àmbit internacional. Se centra en el periodisme mòbil: la creació de contingut a partir del mòbil i les noves tecnologies o accessoris aplicats als telèfons intel·ligents. El maig del 2017 ha celebrat la seva tercera edició.

<sup>3</sup> Mitjans com la BBC o la CNN estan emetent diàriament peces enregistrades íntegrament amb *smartphones*.



## 1.2 Quins són els objectius del projecte?

Aquesta realitat també és present a Catalunya. D'aquí que l'objectiu general d'aquest projecte sigui analitzar de quina manera s'està implantant el periodisme mòbil en diferents redaccions de televisió d'àmbit català.

Els objectius específics són diversos:

- 1) Conèixer de quina manera han introduït el telèfon intel·ligent diverses redaccions de televisió en relació a les rutines periodístiques, noves narratives i possible reorganització de la distribució del treball.
- 2) Avaluar quins són els avantatges i inconvenients del telèfon mòbil com a eina dins una redacció audiovisual.
- 3) Reconèixer les noves narratives a partir de la introducció del telèfon mòbil.
- 4) Identificar la relació entre la qualitat informativa i l'ús del telèfon mòbil.

## 1.3 Metodologia

El projecte *El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya* pretén analitzar de quina manera s'estan introduint els telèfons intel·ligents en diverses redaccions de televisió de l'àmbit català. Per fer-ho, s'han seleccionat quatre redaccions de televisió de Catalunya, que concretament són TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat. El seu testimoni és fonamental tenint en compte que no existeix una base teòrica extensa sobre la implantació del periodisme mòbil a les redaccions, i molt menys a les redaccions de televisió d'àmbit català. A continuació s'exposen els motius pels quals s'han escollit aquestes quatre redaccions:

- a) TV3. És un mitjà de titularitat pública i d'àmbit autonòmic, amb un caràcter clarament innovador i que sovint ha sabut aprofitar les potencialitats de les noves tecnologies per millorar la seva funció de servei públic. En els darrers temps ha perdut molta audiència, però continua apostant per modernitzar els seus continguts.
- b) 8TV. És una cadena de televisió privada i d'àmbit autonòmic que pertany al grup de comunicació Godó. La cobertura informativa s'elabora dins el programa '8 al

dia amb Josep Cuní'. La participació d'aquest mitjà permet fer de contrapunt amb TV3 i analitzar si la titularitat del mitjà té alguna relació amb la introducció del telèfon intel·ligent a la redacció. En els darrers temps ha fet un gran canvi en relació al seu llenguatge, cada cop més digital tant a través de la televisió com a en l'àmbit digital.

- c) Betevé. La televisió pública de la ciutat de Barcelona és coneguda pel seu caràcter innovador. En matèria de periodisme mòbil va elaborar el primer informatiu íntegrament amb mòbil a Catalunya i està en un procés de migració cap a un mitjà transmèdia.<sup>4</sup>
- d) Cugat.cat. És la televisió pública de Sant Cugat del Vallès. Cugat.cat és un mitjà transversal de referència i se'l reconeix pel seu caràcter renovador i avançat. El mitjà està adherit a La Xarxa<sup>5</sup> i aquest fet implica una petita limitació a l'hora d'explorar noves eines.

La informació en relació al funcionament de les quatre redaccions seleccionades s'obtindrà a partir d'entrevistes personals amb els perfils més adequats per parlar de periodisme mòbil dins de cadascuna de les redaccions. En aquest sentit, les fonts professionals seleccionades són les següents:

- a) David Bassa. És el cap d'informatius de TV3 i és un perfil lligat a la branca informativa de TV3. El seu càrrec permet tenir una visió de com ha evolucionat la producció de peces informatives en els darrers anys, amb la incorporació de les noves tecnologies dins la redacció de la televisió pública catalana.
- b) Pipo Serrano. És el sotsdirector i editor digital del programa de Josep Cuní a 8TV. Dins el mitjà n'és el perfil més innovador i té una àmplia experiència en comunicació digital. A banda, és un dels referents més importants del periodisme mòbil en l'àmbit català.
- c) Xavier Muixi. A banda de ser el director d'informatius de BTV, és el perfil que, des de la seva entrada al càrrec ha fet una aposta més clara per introduir les noves tecnologies en el funcionament de la redacció.

---

<sup>4</sup> A l'inici d'aquest projecte, Betevé encara no havia posat en marxa el seu projecte transmèdia. Aquest mitjà va ser escollit fonamentalment pel seu projecte d'informatiu íntegrament realitzat amb mòbil, que es va dur a terme durant el Mobile World Congress de 2015.

<sup>5</sup> La Xarxa és una plataforma multimèdia de suport a l'audiovisual local. Inicialment es volia comptar amb la plataforma per a l'elaboració del projecte però en no tractar-se específicament d'un mitjà ens va conduir a Cugat.cat.

- d) Joan Miquel Fernández. És el sotsdirector de Cugat.cat i és la persona encarregada de coordinar la introducció de les noves tecnologies en la redacció. Concretament, s'està encarregant de la incorporació del telèfon mòbil al mitjà.

A banda de les fonts esmentades, el projecte de documental compta amb la participació d'una font experta per tal d'obtenir una mirada complementària a la visió dels professionals. Jordi Flamarich és expert en periodisme mòbil, nous mitjans i continguts per a dispositius mòbils i porta des dels seus inicis com a periodista investigant noves narratives i explorant les possibilitats de la tecnologia aplicada al camp periodístic.

Per últim, per tal de poder aprofundir en l'evolució de la telefonia mòbil o en conceptes clau vinculats al periodisme mòbil, es farà servir una bibliografia extensa que permeti contextualitzar les diferents parts del projecte.

## **1.4 Experiència pròpia**

No m'agradaria passar per alt que, a partir de la meva experiència laboral, he viscut la introducció del telèfon mòbil en una redacció de televisió i això em permet accedir a informació de primera mà i, alhora, la possibilitat d'explorar-ne els pros i els contres amb més profunditat.

## **1.5 Estructura del treball**

En tractar-se d'un projecte de documental, el treball consta de diferents parts. D'una banda, la perspectiva teòrica de la temàtica, i de l'altra, les qüestions pràctiques pel desenvolupament de la peça audiovisual final.

A l'inici del projecte, es presenta el marc teòric de la peça on hi apareixen qüestions com l'evolució de la telefonia mòbil, conceptes com Internet, aplicacions mòbils o convergència mediàtica, els usos del mòbil en l'actualitat o l'aplicació de la telefonia en l'àmbit de la comunicació. El punt del context teòric acaba amb l'explicació del que és el periodisme mòbil i com s'està incorporant a les redaccions de TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat.

A partir del punt 3 (*Especificacions del documental*) s'expliquen les principals característiques del documental: tipologia, temàtica, durada, fonts personals que hi participen, equip material necessari, guió de la peça i calendari de treball.

Per últim, s'hi afegeixen les conclusions i les recomanacions a partir dels coneixements adquirits al llarg del procés de treball d'aquest projecte, on s'adjunta una taula amb els principals avantatges i inconvenients d'incorporar el mòbil a les redaccions.

## 2. Marc teòric

L'evolució de la història del periodisme no es pot entendre sense l'evolució tecnològica dels darrers segles. Per començar, la invenció de la impremta en mans de Johannes Guttengberg, a mitjan segle XV, establirà les bases per desenvolupar les primeres capçaleres de diari cap a finals del segle XVII i en permetrà la seva periodicitat. Més tard apareixerà la gravadora de so, que en un primer moment només serà capaç d'enregistrar sons però no de reproduir-los. La primera versió, d'Édouard-Léon Scott de Martinville, l'any 1857, acabarà sent perfeccionada per Thomas Alva Edison i el seu invent del fonògraf. Més tard, el segle XX estarà marcat per l'aparició de noves tecnologies que permetran una gran evolució:

L'ús generalitzat de l'electricitat i del telèfon, del cotxe, l'aviació comercial, la televisió, els ordinadors i una llarga llista d'aparells tecnològics aplicats a la vida diària, ha anat transformant radicalment la vida de l'home, amb una intensitat que mai abans s'havia produït. (Luengo de la Torre, 2012, p.3).

Més enllà de tots els grans avenços tecnològics del segle passat, el mòbil ha estat sens dubte el que ha modificat més les nostres rutines, la manera com ens relacionem amb els altres, i fins i tot, els nostres oficis. Les noves tecnologies són les responsables de l'aparició dels denominats *nous mitjans*<sup>6</sup> i dels canvis que aquests estan provocant dins la professió periodística.

---

<sup>6</sup> Lev Manovich defineix els nous mitjans com aquells objectes culturals desenvolupats a partir de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. L'ordinador serveix com a aparell per emmagatzemar, produir, distribuir i exhibir informació. (MANOVICH, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios*. Ediciones Paidós. Barcelona. Pàg. 64-65)

Per últim, no es pot passar per alt que paral·lelament als grans invents tecnològics es produeixen fets excepcionals. L'any 1948 neixen la Teoria de la informació i la cibernètica<sup>7</sup>, de Claude E. Shannon i Norbert Wiener.

## 2.1 Evolució de la telefonia mòbil

Segons la Real Acadèmia Espanyola (RAE), el telèfon mòbil és un “aparell portàtil d'un sistema de telefonia mòbil”. I la telefonia mòbil? “Un sistema telefònic en el qual la connexió entre l'aparell portàtil i la central es realitza mitjançant ones hertzianes” (RAE, 2014). Per tant, es pot considerar que el que destaca la RAE d'aquest dispositiu és la seva mobilitat i portabilitat. Les seves possibilitats són tan infinites i completes, que definir-los a partir d'aquests dos conceptes s'allunya de la realitat dels nostres dies. Els telèfons mòbils han modificat la nostra manera de comunicar-nos: ens permeten fer-ho a milers de quilòmetres de distància i amb un llenguatge certament diferent de les formes anteriors.

Les comunicacions a distància comencen a ser possibles a finals del segle XIX. El 1876, Alexander Graham Bell presentarà el model final del telèfon analògic tradicional. Gairebé cent anys més tard, s'impulsarà la telefonia mòbil, inicialment analògica i més tard digital. La primera trucada telefònica des d'un telèfon mòbil es produeix el 3 d'abril de 1973, i la realitza Martin Cooper, aleshores directiu de Motorola<sup>8</sup>.

Segons un article de RTVE, el primer telèfon mòbil que surt a la venda, inicialment als Estats Units, serà el Motorola DynaTAC, el 1983. Serà un aparell completament analògic que només farà possible transmetre el so de la veu. A partir d'aquí, la telefonia mòbil viurà una evolució constant fins al dia d'avui. L'evolució dels mòbils en les seves diferents generacions anirà incorporant noves funcionalitats, que a continuació es detallen sense entrar en els aspectes tècnics que ho van fer possible.

---

<sup>7</sup> Claude E. Shannon publica *A Mathematical Theory of Communication* i Norbert Wiener publica *Cybernetics: or Control and Communication in the animal and the Machine*. Tal com recull Santiago Ramentol a la presentació *La informació com a teoria*, “les afirmacions de Shannon i Wiener van tenir una gran repercussió: la seva forma de quantificar la informació és la que avui s'usa habitualment en les telecomunicacions i en l'arquitectura de computadors.

<sup>8</sup> L'empresa Motorola va ser fundada el 1928 a Chicago. És una empresa especialitzada en electrònica i telecomunicacions, que a partir dels anys 60 comença a treballar en el desenvolupament de la telefonia mòbil. El gener de 2011 divideix els seus negocis en dues empreses: Motorola Mobility (telefonia mòbil) i Motorola Solutions (descodificadors i mòdems). El 15 d'agost de 2011, Google anuncia la compra de Motorola Mobility.

La primera generació de telefonia mòbil, representada en models com el DynaTAC de Motorola, només permetrà l'enviament de veu. Més tard, a principis de la dècada dels 90, el nou sistema introdueix protocols de la telefonia digital, que a banda de permetre les comunicacions mitjançant la veu, integra altres serveis com l'enviament de missatges SMS, i és quan comencem a parlar de telefonia mòbil de segona generació. (Ortiz Zamora, 2015, p. 35) En aquesta segona onada, es produirà la implantació de la tecnologia GPRS, que permetrà la connexió a Internet, però a un nivell molt bàsic, amb interfícies lentes i de poca facilitat d'ús. A partir d'aquest moment, a mitjans dels 90, es comença a popularitzar el telèfon mòbil.

La necessitat d'incrementar la capacitat dels aparells per enviar dades, impulsa el desenvolupament d'una tecnologia més avançada. Això desencadenarà en l'aparició de la tercera generació de telefonia mòbil, que permetrà possibilitats multimèdia als aparells mòbils, caracteritzada sobretot per la confluència definitiva entre la telefonia mòbil i internet. Aquesta confluència permetrà una ràpida velocitat de transmissió, "suficient per integrar senyals de vídeo" (Vacas Aguilar, 2012, p. 7) i una millora significativa en la facilitat de navegació.

Vacas Aguilar (2007) defineix així les possibilitats dels aparells de tercera generació:

L'evolució tecnològica de xarxes i terminals van possibilitar que el mòbil deixés de ser un suport per parlar i rebre missatges de text i es transformés en un receptor multimèdia (...). A partir d'aquí, el mòbil comença la cerca i experimentació de nous formats adaptats a les limitades característiques tecnològiques. (Vacas Aguilar, 2012, p. 9)

En aquest sentit, el mòbil abandona la seva limitada funció de transmetre veu o missatges breus, i es converteix en un nou suport comunicatiu, amb aplicacions d'àudio i imatges, i fins i tot comunicacions en temps real, a vegades limitades per la capacitat de la xarxa.

Després dels telèfons 3G, els telèfons de quarta generació o 4G destaquen per una major velocitat de transmissió d'arxius multimèdia que els seus predecessors, i una millor qualitat de servei, funcional en qualsevol lloc i en qualsevol moment. Aquesta idea d'ubiquïtat serà clau per entendre les potencialitats dels telèfons intel·ligents dins el camp periodístic, tal com es desenvolupa en el següent punt del projecte.

En els més de 30 anys d'història de la telefonia mòbil, la seva evolució ha estat marcada per les necessitats dels usuaris i el seu desenvolupament tècnic ha estat impulsat pels interessos que marcaven els consumidors de telefonia mòbil. "S'ha convertit en un dispositiu fiable i de fàcil accés. S'ha adoptat a gran escala i forma part del paisatge de molts països. (...) Satisfà diverses necessitats humanes, tant superficials com profundes." (Maria Luengo de la Torre, 2012, p. 4-5)

Arribats a aquest punt, quines són les funcions dels telèfons mòbils? Maria Luengo de la Torre (2012) distingeix quatre funcions dels telèfons intel·ligents o *smartphones*:

1. Funcions tradicionals. L'acció de realitzar i rebre trucades des de qualsevol lloc, en qualsevol moment i sense necessitat d'estar connectat a una línia de telèfon fixa. En aquest apartat també considera els missatges de text o SMS, el rellotge, la calculadora, l'agenda, el calendari i alguns jocs.
2. Serveis multimèdia. Aquí s'inclouen la càmera de fotos, la càmera de vídeo, el reproductor de música, la ràdio i la funció del GPS o lector de mapes.
3. Connexions avançades. Aquí s'incorpora l'accés a Internet: consulta del correu electrònic, accés a la informació i funcions de conversa a temps real. És justament aquesta funció la que converteix el telèfon mòbil en telèfon intel·ligent.
4. Aplicacions per mòbil o APPs, amb una gran diversitat d'utilitats i algunes d'accés gratuït: fer esport, consultar activitats d'oci o reservar un vol.

Les funcionalitats dels telèfons mòbils han anat evolucionant al llarg dels anys des de la seva aparició i les diferents marques fabricants han anat incorporant totes aquelles aplicacions que els usuaris requerien. Aquesta evolució no es pot entendre sense la popularització d'Internet i la seva confluència amb les diferents eines, com el telèfon mòbil. Aquesta confluència entre Internet i el telèfon mòbil, converteix l'aparell en una eina intel·ligent i de gran utilitat per a l'exercici periodístic.

## **2.2 Internet i la telefonia mòbil**

Internet es popularitza a la dècada dels 90. Autors com Manovich el consideren un meta mitjà<sup>9</sup>, per la seva capacitat d'aglutinar característiques de diferents mitjans tradicionals.

---

<sup>9</sup> Manovich, LEV (2008). *El Software toma el mando. Introducción: Estudios de Software para principiantes*, p. 18-20

En aquest sentit, Internet se servirà dels diferents mitjans de comunicació ja existents, fent-ne una reinterpretació, o el que David Jay Bolter i Peter Grusin anomenen “remediació”: “els mitjans digitals (...) funcionaran en una dialèctica constant amb els mitjans anteriors” (Bolter, D; Grusin, P, 2010, p. 21). Internet es basa en els mitjans tradicionals -diaris, ràdio, cinema i televisió-, i hi incorpora les característiques pròpies del nou canal, com per exemple, la hipertextualitat, la interactivitat o el que Castells (2009) anomena la connectivitat perpètua. A *Hipermediaciones*, Carlos A. Scolari afirma que “el model clàssic dels mitjans massius (d’un a molts) és desplaçat per les noves formes reticulars i interactives de comunicació (de molts a molts)” (Scolari, C, 2008, p. 55). A partir d’aquest moment, les noves formes de comunicació es diferencien de les tradicionals pels següents elements, enumerats per Scolari (2008):

- Transformació tecnològica: digitalització
- Configuració de molts a molts: reticularitat
- Estructures textuais no seqüencials: hipertextualitat
- Convergència de mitjans i llenguatges: multimedialitat
- Participació activa dels usuaris: interactivitat

Tots aquests elements doten Internet d’una infinitat de possibilitats en les diferents plataformes on opera: ordinadors portàtils, tauletes, i també en els telèfons mòbils.

Aquesta darrera característica, la interactivitat, situa l’usuari en una posició destacada dins el panorama d’Internet: permet comentar informació aliena, publicar-ne de pròpia i compartir continguts d’interès. “En els mitjans digitals, els usuaris tendeixen a convertir-se en productors textuais”, afirma Scolari. D’aquesta manera, els usuaris passen de ser consumidors d’informació a ser-ne també productors, o el que s’anomenen *prosumidors*: “En participar en el control dels continguts, l’usuari dels mitjans interactius acaba per convertir-se en part del contingut. Parafrasejant McLuhan “l’usuari és el mitjà”.” (Scolari, 2008, p. 98).

La confluència entre Internet i la telefonia mòbil ens converteix en creadors de continguts i alhora ens permet compartir informació de manera immediata en qualsevol moment i des de qualsevol lloc. Tenint en compte aquesta darrera idea, el telèfon intel·ligent es converteix en una eina clau, caracteritzada per la ubiqüitat i la immediatesa. Aquests dos elements permeten explicar la importància del telèfon mòbil com a eina indispensable en el treball periodístic:



- La ubicüitat és la capacitat d'estar a tot arreu alhora. Tenint en compte que qualsevol pot retransmetre informació a través del seu telèfon, podem obtenir relats des de qualsevol lloc del món i en qualsevol moment.
- La immediatesa es basa en la qualitat de poder ser retransmès sense distància en el temps: els usuaris viuen connectats permanentment i, conseqüentment, poden explicar una informació sense demora. Ràpidament, aquesta informació podrà ser consumida per la resta d'usuaris.

## 2.3 La revolució dels telèfons digitals: l'iPhone

Una de les marques que millor explorarà la confluència entre Internet i la telefonia mòbil serà Apple amb l'iPhone. La seva aparició revolucionarà el mercat de la telefonia mòbil<sup>10</sup> i tindrà un pes fonamental en l'impacte social del telèfon mòbil. Així ho explicava Maite Acinas a *iPhone, història d'una revolució*:

Es tractava del primer telèfon amb teclat tàctil, que integrava accés a Internet i funcions d'un iPod (reproductor de música). Amb només 11,6 mil·límetres de gruix i 3,5 polzades de pantalla, el telèfon incloïa una càmera de 2 megapíxels i memòria de 4 o 8 GB. (Acinas, 2013)

Un dels principals avantatges de l'iPhone serà la seva botiga d'aplicacions, l'App Store. En el moment del seu primer llançament conté més de 500 aplicacions, que responen a necessitats diverses dels usuaris. El fet que l'App Store només estigui disponible per dispositius d'Apple, per tant, un nombre de dispositius limitats, fa possible una millor programació i adaptació de les aplicacions en els dispositius. Com a conseqüència, el nivell d'usabilitat és molt més alt. La seguretat també és un element indispensable: el sistema protegit de iOS dificulta l'entrada de *software* aliè a la botiga d'aplicacions oficials i, per tant, de virus o d'altres elements que poden posar en perill el funcionament de l'aparell.

---

<sup>10</sup> Apple no només destaca pel seu desenvolupament tecnològic de telefonia mòbil (l'iPhone), sinó també pel desenvolupament del Macintosh, el primer ordinador personal que es va comercialitzar de manera exitosa i que també va tenir una forta implantació en les redaccions periodístiques principalment en mitjans de Nord Amèrica.

Cal tenir en compte que la majoria d'aplicacions es desenvolupen abans per iPhone que per Android o d'altres sistemes. El principal motiu és aquesta limitació en el nombre de dispositius. Això s'explica pel concepte de fragmentació: mentre que Android té infinitat de models de diferents marques i ha d'adaptar cada aplicació a cadascun dels formats, iOS només ha de treballar per adaptar les aplicacions als seus models d'iPhone, que són limitats. En aquest sentit, les actualitzacions del sistema també són més eficients en iOS que en Android pel mateix motiu: a iOS, tots els dispositius reben les actualitzacions alhora, mentre que a Android es produeix en funció del model.

La sincronització dels diferents dispositius Apple també és un element a remarcar des de la vessant professional: la vinculació de l'iPhone amb el MacBook o un iPad pot agilitzar el procés de qualsevol tasca, ja que es torna molt fàcil compartir arxius, calendari, agenda o qualsevol altre element del dia a dia.

En qüestions més tècniques com la qualitat d'imatge o la gravació de so, hi ha models que cada vegada s'ajusten més a l'iPhone. En aquest sentit, els criteris de selecció van en funció de les prioritats de cada usuari.

## **2.4 El paper de les aplicacions mòbils**

Els telèfons moderns no s'entenen sense les aplicacions o *apps*. Aquestes estan al servei dels usuaris d'aquests telèfons per resoldre necessitats diàries, no només en l'àmbit quotidià, sinó també professional.

En l'actualitat hi ha dos operadors mòbils principals que disposen d'una botiga d'aplicacions: iOS, el sistema d'Apple, que compta amb l'App Store; i Android, el sistema de Google, que compta amb la Google Play Store.<sup>11</sup> Tant l'un com l'altre ofereixen gran quantitat d'aplicacions natives del sistema com Pages, iMovie o Garage Band en el cas d'Apple o Youtube, Gmail o Drive en el cas de Google. La gran diferència és que les aplicacions de Google també estan disponibles per dispositius Apple i no a la inversa. En

---

<sup>11</sup> Android és el sistema líder en el mercat de telefonia mòbil. A Espanya, el 90% dels dispositius funcionen amb Android. A banda d'Android i iOS també trobem Windows Phone, BlackBerry, Symbian, Firefox O.S o Ubuntu Touch. La quota de mercat es distribueix de la següent manera en l'àmbit mundial: Android, 84,1%; iOS, 14,8%; Windows Phone, 0,7%; BlackBerry, 0,2%; i altres, 0,2%.

relació a les aplicacions desenvolupades per tercers, com poden ser WhatsApp, Facebook o Spotify, la majoria estan presents en tots dos sistemes.

Segons l'article *Google Play Store vs. Apple App Store, una comparació* d'Alexandra Vaidos (2017), "quan Apple va posar en marxa l'App Store el 2008 hi havia disponibles 500 aplicacions. Després de cinc anys, ja havia superat el milió. L'App Store va experimentar un creixement del 60% anual, mentre que la Google Play creixia a un ritme del 82%. En l'actualitat, aquesta última ja tenia 2,7 milions d'aplicacions el gener del 2017, mentre que Apple es quedava en la xifra de 2,2 milions". A Espanya, durant el 2015 existien un total de 27,7 milions d'usuaris d'aplicacions i es van descarregar 3,8 milions d'aplicacions diàriament, segons l'informe *Mobile a Espanya i el món 2016*.

Segons el mateix informe, les aplicacions més descarregades són WhatsApp seguida de Facebook i aplicacions meteorològiques. Cada cop més, les aplicacions de bancs hi van guanyant pes.

El gran creixement del mercat de les aplicacions mòbils requereix una mirada atenta. Aquest sector respon a les necessitats dels usuaris i va més enllà de l'evolució tecnològica. Les aplicacions actuals no només responen a necessitats d'àmbit quotidià, com és la comunicació per missatgeria o la consulta dels comptes bancaris. Cada cop més, les aplicacions s'especialitzen en àmbits professionals, per donar eines als especialistes i facilitar-ne processos del dia a dia. En el cas del periodisme ja existeixen centenars d'aplicacions que resolen diverses necessitats dins de la professió.

## **2.5 L'smartphone en la societat**

La revolució digital ha suposat una expansió molt ràpida de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TICs), sobretot en el cas de l'ordinador personal, Internet i el telèfon mòbil. Sobretot aquest últim ha estat el més invasiu. "Un telèfon intel·ligent no només facilita les funcions clàssiques del telèfon, sinó que ofereix un món de possibilitats a l'abast de la mà, els efectes del qual en la vida quotidiana són enormes" (Luengo de la Torre, 2012, p. 1).

María Luengo de la Torre, en el seu article “Una aproximació al concepte de Societat Mòbil” distingeix dues postures antagòniques: d’una banda, els detractors de la tecnologia o tecnofòbics, o el que Umberto Eco denominarà els “apocalíptics”; i els defensors de la tecnologia o tecnofíls, denominats per Eco com els ‘integrats’ (Eco, 1965). Davant de l’aparició de noves tecnologies, en funció del rang d’edat i l’actitud que es desenvolupa en vers aquesta, s’adopta una postura o l’altra.

Maria Luengo de la Torre (2012) considera que el desenvolupament constant i l’enorme expansió del telèfon mòbil “confirmen que ha trobat ràpidament el seu nínxol”. En aquest sentit, sabem que en l’actualitat ja hi ha més dispositius mòbils que persones en el món. Segons l’*Ericsson Mobility Report* de novembre del 2016, en l’actualitat hi ha 7.500 milions de mòbils al món davant dels 7.400 milions d’habitants que té el planeta. D’aquests, 3.900 milions són *smartphones*. La previsió de cara el 2022 és que el nombre de telèfons mòbils creixi fins a les 8.900 unitats, mentre que el nombre d’*smartphones* creixerà fins a 6.800.

Els *smartphones* ja formen part del paisatge de molts països, però és evident que el nombre de telèfons no es divideix de manera equiparable entre les diferents regions del món. Mentre que els països més desenvolupats compten amb més d’un telèfon per habitant, a països de l’Àfrica o l’Índia només 8 de cada 10 persones disposen d’un telèfon mòbil.

A Espanya, l’any 2016 hi havia 51 milions de línies de telefonia mòbil, segons la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència. Això vol dir que hi ha més línies mòbils que persones. De totes aquestes línies, el 87% utilitzen un telèfon intel·ligent o *smartphone*, dada que situa Espanya en la primera posició en utilització de *smartphones* en l’àmbit europeu. A més, si s’analitza l’ús dels diferents dispositius utilitzats per accedir a Internet, el mòbil n’és el més utilitzat a Espanya. Segons l’*Informe Mobile a Espanya i el Món* del 2016, el 93,9% de la població accedeix a Internet a través dels mòbils. Concretament a Catalunya, el 85% de les famílies amb membres joves a la llar disposen de *smartphone* per accedir a la xarxa, segons l’*Informe de la comunicació a Catalunya 2013-2014*.

No es pot acabar de parlar del telèfon i la seva popularització sense afegir la següent informació: la producció i fabricació dels dispositius tecnològics i per tant, dels *smartphones*, requereix minerals que es troben en molt poques regions del món. Minerals com el coltan, però també el níquel, el cobalt o el vanadi, són alguns dels components que trobem a l’interior dels telèfons mòbils. Un dels metalls més difícils d’obtenir és el

tàntal, que s'extrau del coltan. El 80% de la producció d'aquest es troba a la República del Congo, on les guerrilles de Ruanda i Uganda "exploten nens per obtenir el valuós metall" (Del Río, 2008). En aquest sentit, les grans multinacionals de la indústria tecnològica passen per sobre dels drets fonamentals per poder continuar produint i comercialitzant.

## 2.6 El telèfon intel·ligent en l'àmbit de la comunicació

El desenvolupament de la telefonia mòbil ha modificat diversos aspectes en l'àmbit de la comunicació, i concretament en l'ofici de periodista. La implantació d'aquests dispositius intel·ligents en el nostre dia a dia també s'ha traslladat a les redaccions de diversos mitjans on l'*smartphone* resulta una eina molt útil.

D'una banda, cal tenir en compte la usabilitat que tenen aplicacions com Facebook Live o Periscope per a la retransmissió d'esdeveniments diversos. Inicialment, aquestes eines s'utilitzaven per a publicacions personals i de caràcter social, però cada cop són més els mitjans que hi donen un ús professional i se serveixen d'aquests recursos per retransmetre informacions rellevants pels seus espectadors a temps real. En relació a aquest tipus d'aplicacions, en el llibre *La transformació digital d'una redacció i el periodisme mòbil*, Pipo Serrano (2017) afegeix el següent: "No estem en directe les 24 hores del dia, per tant, el fet que cadascun dels periodistes es converteixi en un canal en directe del que està vivint és profundament positiu per l'audiència." Un altre cop el concepte d'ubiqüitat i immediatesa es col·loquen en primera línia: podem explicar històries des de qualsevol punt del món i a qualsevol hora sense requerir un canal de televisió que ho transmeti a l'audiència.

D'altra banda, el dispositiu, entès com una nova eina de comunicació està donant pas a noves narratives: els formats visuals que fan possibles els telèfons mòbils s'allunyen dels formats d'altres mitjans tradicionals com la televisió. D'una banda, cada cop és més habitual trobar fórmules com les de l'autoretrat o *selfie*, on una persona relata, en primera persona i amb la càmera interna del dispositiu, allò que està vivint. També veiem formats que barregen la imatge amb el text: muntatges on les imatges de recurs es veuen parcialment cobertes per una mena de subtítols que expliquen els fets. Aquest recurs s'utilitza fonamentalment pensant en el moment de consumir la informació: cada cop hi

ha més gent que consumeix contingut mentre viatja en transport públic o camina pel carrer i, a manca d'auriculars, aquest és el recurs més útil.

A més, al mòbil no hi ha espai per a llargues oracions: això obliga al periodista a, d'una banda, sintetitzar la informació i explicar-la de manera directa, i de l'altra, presentar la peça a partir de titulars suggeridors, que cridin l'atenció dels usuaris entre la multitud d'opcions que t'ofereixen les xarxes socials.

Finalment, en un món on el mòbil cada cop té més importància, no és tan important la qualitat de la imatge com el fet de poder-la veure. Els conceptes d'ubiquïtat i immediatesa, plantejats en el punt 2.2 *Internet i la telefonia mòbil*, permeten entendre la importància d'aquest fenomen: gràcies al telèfon mòbil podem conèixer històries que es produeixen a l'altre extrem del món i que d'una altra manera no serien accessibles. No cal una alta resolució per decidir si la imatge mereix ser compartida, sinó que és suficient amb què ens apropi a realitats poc accessibles a partir de mitjans tradicionals. Un bon exemple d'això seria la retransmissió de la guerra de Síria a partir dels propis habitants de la ciutat d'Alep, com és el cas de Bana Alabed, la nena de set anys que utilitzava Twitter per explicar al món els horrors del conflicte bèl·lic. Mitjans d'arreu del món han elaborat peces a partir d'aquests vídeos trobats a les xarxes socials, malgrat la seva baixa resolució en molts casos. Imatges similars captades amb mitjans tradicionals haurien estat impossibles d'aconseguir i, d'aquesta manera, els mitjans poden mostrar una realitat aparentment inaccessible. En una altra línia, Jaokar i Fish (2006) afirmaven que el telèfon mòbil "passa de ser una eina de consum primari d'informació a ser una eina de producció de continguts (per exemple, notícies) per part de l'usuari." En la mateixa línia, Scolari (2008) planteja que, els usuaris, que fins ara han estat consumidors d'informació, passen a ser *prosumidors*: consumidors i productors d'informació alhora.

## **2.7 Convergència mediàtica**

Les redaccions d'avui dia estan vivint una confluència entre els diferents mitjans. Fins l'aparició dels mitjans digitals, cada redacció estava especialitzada en un tipus de mitjà de comunicació (ràdio, premsa o televisió), però en l'actualitat les redaccions són cada cop més transversals i els periodistes elaboren contingut per a les diferents plataformes. Henry Jenkins (2008) descriu aquest procés de convergència com el "flux de continguts" que es produeix "a través de múltiples plataformes mediàtiques".

Les redaccions cada vegada són més obertes i els nous periodistes s'hi han d'adaptar, elaborant peces per als diferents mitjans i convertint-se ràpidament en redactors *multitasking*, “capaços d'elaborar i adaptar la informació als diferents suports. (...) Cal preparar mentalment el periodista perquè aquesta adaptació sigui també semiòtica, amb domini i consciència del llenguatge de cada mitjà” (Gordillo i Nogué, 2008, p.5-6). En aquest sentit, els periodistes es veuen obligats a ser polivalents, per respondre a les necessitats de les redaccions on convergeixen els diferents tipus de mitjà.

## 2.8 Què és el periodisme mòbil?

El periodisme mòbil o *mobile journalism* (*mojo*) és la pràctica del periodisme a través dels telèfons mòbils intel·ligents o *smartphones*. Els avenços tecnològics i el desenvolupament tècnic dels dispositius mòbils han permès introduir-los a les tasques periodístiques i fer-los servir per a l'elaboració de peces informatives. En l'actualitat, els mòbils compten amb una gran quantitat d'especificacions tècniques, com càmeres d'alta qualitat, connexió de qualitat òptima a Internet, interfícies d'alta usabilitat, gravadora d'àudio o processadors de textos, que permeten capturar i transmetre la realitat des de qualsevol lloc i de manera immediata. En aquest sentit, i perquè el mòbil és una eina que ens ofereix ubiqüitat i connectivitat, l'*smartphone* es converteix en un recurs més dins les redaccions. A més, la seva portabilitat ens permet arribar a realitats on amb un equip tradicional de càmera, trípode i operador de càmera ens podria resultar més difícil.

Els orígens del periodisme mòbil són difícils de definir: no hi ha una data, ni una persona concreta al capdavant. El que sí que trobem són diversos referents a escala internacional, que han treballat i continuen treballant per explorar totes les possibilitats del telèfon mòbil, desenvolupar noves aplicacions i aplicar-les a l'àmbit del periodisme amb una finalitat informativa i de qualitat. Un dels principals referents que trobem és Glen Mulcahy, de RTÉ, la Radiotelevisió d'Irlanda. “Picat per la meua pròpia curiositat, vaig decidir gravar una història amb el meu iPhone 4 i editar-la en un iPad de primera generació”, explica en una entrevista a Pipo Serrano (2017). A partir d'aquí comença una gran aposta pel *mobile journalism* i serà l'impulsor del *Mobile Journalism Conference*, el congrés mundial més important sobre periodisme mòbil que acull els grans professionals d'aquest àmbit i que l'any 2017 ha celebrat la seva tercera edició.

En l'àmbit dels mitjans, la BBC o la CNN compten amb perfils de periodisme mòbil també molt capdavaners i referents arreu del món: Mark Egan i Nick Garnett, de la televisió britànica, i Yusef Omar, editor mòbil d'Hindustan Times, que és el darrer fitxatge de la CNN per explorar nous llenguatges a través de l'aplicació Snapchat.

Concretament a Catalunya, una de les persones que més fort ha apostat per aquesta tecnologia és Pipo Serrano, sotsdirector i editor digital del programa '8 al dia', de 8TV. A *La transformació digital d'una redacció i el periodisme mòbil*, Serrano relata la introducció del periodisme mòbil en la redacció del programa:

Els periodistes adaptats a les noves tecnologies no conceben una cobertura informativa sense compartir el que viuen al moment, a través dels seus comptes personals de Twitter. (...) Aquella pràctica habitual podia estendre's a un ús més enllà de les publicacions personals. D'aquí a donar-li una utilitat més completa i informativament més ambiciosa no hi havia molta diferència. (Serrano, 2017, p. 126)

En aquest cas, la introducció del mòbil es produeix, a banda de per la voluntat d'innovar, també per la manca de recursos de la productora:

Tant els càmeres com els productors han vist en els mòbils l'oportunitat de realitzar certes cobertures sense posar en risc els seus equips, a banda de celebrar els avantatges econòmics d'aquesta tecnologia en contraposició amb els vells mètodes. (Serrano, 2017, p. 124)

En general, el paper del telèfon mòbil dins la redacció encara no està especialment definit. En un article per a la Xarxa de Periodistes Internacionals<sup>12</sup>, Clothilde Goujard, periodista experta en mitjans digitals, afirmava que la majoria de mitjans han utilitzat els telèfons mòbils per a tasques secundàries: "el paper que es dona al telèfon mòbil no és central dins els projectes periodístics." Segons Glen Mulcahy o Dougal Shaw, el procés d'implantació del periodisme mòbil és molt lent però acabarà canviant la manera en què es produeixen i distribueixen les notícies.

---

<sup>12</sup> GOUJARD, C. (2016). Perfils de periodisme mòbil: introduint el #mojo a la redacció. Ijnet. Xarxa de periodistes internacionals.



### 2.8.1 Avantatges i inconvenients de l'ús del mòbil a les redaccions

L'any 2012, un equip de periodistes de Barcelona Televisió (Betevé) es va plantejar el repte de cobrir una jornada del Mobile World Congress de Barcelona a través del seu telèfon mòbil. Després de dur a terme aquesta prova, van elaborar una sèrie d'avantatges i inconvenients que a continuació es recullen en forma de taula:

Taula 1: Els avantatges i inconvenients del mòbil a la redacció de Betevé

AVANTATGES	INCONVENIENTS
Lleugeresa de l'equip: molt menys pesant que la càmera, el cablejat i el trípode habituals.	Velocitat de connexió: no van trobar una bona connexió wifi i el procés de transmetre informació va ser molt lent.
Immediatesa i la facilitat per processar la informació: capturar la situació i publicar-ho els va resultar molt més ràpid que amb l'equip tradicional.	Dificultats amb el so: problemes amb l'aplicació del tractament de l'àudio i un micròfon de baixa qualitat.
Concisió: les limitacions del telèfon obliguen a pensar bé què vols explicar per enregistrar exactament el que necessites i no saturar el dispositiu.	Poca qualitat d'imatge: les mancances del dispositiu posaven en evidència la baixa qualitat sobretot en l'enregistrament de vídeo.
Possibilitat de passar desapercebuts. El mòbil no desperta tant respecte com una càmera i les declaracions són més espontànies.	Poca precisió de les pantalles tàctils: per la fase de post-producció (edició de vídeo i processament de text) van detectar que el tàctil feia feixuga la feina.
Rapidesa per capturar material: la posada en marxa d'un equip tradicional és molt més lenta que treure el mòbil i activar la càmera.	Limitació de la bateria: per no portar una bateria externa, els telèfons mòbils es van descarregar molt ràpidament.
Com que no rebien teletips al mòbil, l'accés a la informació era més immediata a través de Twitter i WhatsApp.	Imatge més informal. El fet de treballar amb un telèfon mòbil podia fer pensar que es tractava d'un mitjà menys seriós.
	Pocs recursos i molt volum d'informació.

Font: Elaboració pròpia a partir de *El repte d'informar amb el mòbil* (1 de març del 2015). Betevé.

## 2.8.2 Kit mojo

No hi ha un equip de periodisme mòbil (o *kit mojo*) definit: això dependrà de les necessitats del rodatge que estigui previst i dels recursos econòmics de cada mitjà de comunicació. En general, però, hi ha una sèrie d'elements bàsics i necessaris per corregir les principals limitacions dels *smartphones*. En la taula que s'incorpora a continuació s'especifiquen els elements en qüestió.

Taula 2: Equip bàsic de periodisme mòbil

DISPOSITIU	FUNCIÓ	PREU	IMATGE
Telèfon d'alta gama	És necessari utilitzar un telèfon amb els requisits tècnics d'imatge i so, àmplia memòria i un bon contracte de dades mòbils per poder transmetre la informació..	1.000 €	
Trípode lleuger	Per donar estabilitat a la imatge i tenir llibertat per triar l'alçada amb què enfocarem la imatge.	65 €	
Micròfon de corbata o de televisió	Per garantir l'entrada del so de la veu. En funció del format de la peça podrà ser de corbata o de carxofa	50 €	
Allargador del cable del micròfon	Per tenir més llibertat de moviment davant de càmera.	3 €	

Suport per <i>smartphone</i>	Permet collar el telèfon mòbil al tríode i hi dona més estabilitat d'imatge.	40 €	
Torxa de llum de led	Afegeix un extra d'il·luminació en cas d'haver de gravar en una àrea fosca.	80 €	
Suport torxa de llum	Serveix per collar la torxa de llum al suport per <i>smartphone</i>	20 €	
Bateria externa	La bateria del telèfon podria ser insuficient per una jornada de rodatge.	15 €	
	<b>PREU TOTAL EQUIP</b>	<b>1.273 €</b>	

Font: Elaboració pròpia a partir de *La transformació digital d'una redacció i el periodisme mòbil*, de Pipo Serrano. Preus de venda a partir del portal Amazon, en els anys 2016 i 2017.

Més enllà de l'equip tècnic necessari, hi ha una sèrie d'aplicacions que facilitaran el rodatge i l'edició de continguts informatius a través del telèfon mòbil:

- 1) **Filmic PRO.** Ens permetrà controlar l'entrada d'àudio, l'enfocament de la imatge, així com l'exposició, l'obturació de la càmera, entre d'altres. La càmera estàndard que inclou el mòbil no permet tenir aquest control. L'aplicació té un cost de 15 €.
- 2) **Pinnacle Studio** o **Luma Fusion.** Aquestes aplicacions ens permetran dur a terme el muntatge de les peces. La primera té un cost de 12,99 € i la segona costa 19,99 €.
- 3) **Video Grade:** Post producció. Un cop tenim el vídeo editat, aquesta aplicació ens permetrà graduar el color del vídeo. El seu cost és de 5,99€.

## 2.9 Implantació del periodisme mòbil a quatre redaccions catalanes

La introducció del mòbil com a eina de treball a les diferents redaccions de Catalunya s'està produint d'una manera molt progressiva. Cada cop més, els diferents mitjans n'exploren les possibilitats i incorporen rutines com la retransmissió en directe d'esdeveniments a través de Facebook Live<sup>13</sup> o Periscope<sup>14</sup> o bé la filmació de petites peces amb telèfons intel·ligents. A continuació es detalla la incorporació d'aquesta eina a les redaccions informatives de TV3, 8TV, BTV i Cugat.cat.

### 2.9.1 El cas de TV3

El principal canal de Televisió de Catalunya, TV3, està en una fase molt inicial del què seria la introducció del telèfon mòbil en l'àmbit de la creació de peces informatives a partir d'un *smartphone*.

En el seu cas, la incorporació dels telèfons intel·ligents és relativament recent i tot just es comença a utilitzar en alguns continguts de la pàgina web del 3/24, però principalment en fotografies i molt excepcionalment en gravacions de vídeo.

En relació als usos del telèfon intel·ligent, segons explica David Bassa, cap d'informatius de TV3:

- 1) Cada cop més els redactors capturen amb els seus telèfons personals situacions imprevistes, com un accident de trànsit. Aquestes imatges s'acaben aprofitant per a la pàgina web de l'informatiu i, en situacions molt concretes, per emetre-ho per televisió a l'informatiu.
- 2) A més, els informatius de TV3 comencen a fer retransmissions en directe, a través de Facebook Live per explicar el transcurs de judicis o situacions similars.
- 3) El programa InfoK, l'informatiu destinat al públic infantil, destaca en relació a l'ús del telèfon mòbil, ja que fa rodatges amb mòbil i aprofita continguts elaborats a partir dels mòbils dels espectadors.

---

<sup>13</sup> Facebook Live és una eina incorporada dins la xarxa social Facebook per emetre vídeos en temps real. Un cop l'autor del vídeo en directe acaba l'emissió pot guardar el que ha filmat en el seu mur de Facebook, de tal manera que no es perd la informació enregistrada.

<sup>14</sup> Periscope és el servei d'emissió en directe propietat de Twitter. Té les mateixes funcionalitats que Facebook Live. Permet registrar i emetre en temps real.

La redacció dels informatius de TV3, però, encara no compta amb equips de periodisme mòbil en la seva redacció. Tot el que s'elabora a través de telèfon mòbil és a partir dels telèfons personals dels periodistes.

### 2.9.2 El cas de 8TV

El telèfon mòbil comença a introduir-se a la redacció de '8 al dia', de 8TV, a la campanya de les eleccions catalanes del 27 de setembre del 2015. En aquest context, es comença a fer servir Periscope per fer emissions en temps real des dels diferents actes de campanya.

Segons explica Pipo Serrano, sotsdirector i editor digital de '8 al dia', el telèfon mòbil s'introdueix a la redacció de Josep Cuní a causa de la manca de recursos tradicionals - càmeres de televisió i operadors de càmera- per cobrir tots els esdeveniments previstos. "Si integràvem el periodisme mòbil, per una sèrie de coses i fent-ho bé, podíem aconseguir que això no tornés a passar", explica Serrano.

El telèfon intel·ligent s'integra a la redacció de '8 al dia' de la següent manera, segons Pipo Serrano:

- Centrat en l'emissió en televisió:
  - 1) Els corresponsals de Nova York, Jaume Masdeu, i de Brussel·les, Albert Segura, realitzen la majoria de les seves emissions diàries amb l'equip de periodisme mòbil, sigui en directe o a partir de *falsos directes*.
  - 2) Rodatge de peces en situacions molt controlades, amb poc moviment, com per exemple una roda de premsa.
  - 3) Gravació de declaracions d'experts o testimonis, coneguts com a *inserts*.
- Centrat en l'emissió en xarxes socials i la web del programa:
  - 4) Emissions en directe a través de Facebook Live o Periscope per complementar informacions del dia, que es publiquen directament a les xarxes socials i a la pàgina web del programa.
  - 5) Cobertura d'esdeveniments que s'allarguen durant tot un dia: els redactors tenen la possibilitat d'anar actualitzant les darreres informacions a través de *tuits* a Twitter o gravant *falsos directes*, on amplien la informació del dia, i després d'una

petita edició a la redacció es comparteix a les xarxes socials i a la web del programa.

Actualment, la redacció compta amb 4 equips complets de periodisme mòbil i 3 equips menys complets.

### **2.9.3 El cas de BTV**

L'esperit innovador de la redacció dels informatius de Betevé es fa palès en la manera com s'hi ha integrat el telèfon mòbil. Entre les seves diverses elaboracions amb mòbil, hi destaca l'elaboració d'un informatiu íntegrament amb *smartphones* durant l'edició del Mobile World Congress, l'any 2015. L'experiència els va servir per conèixer les mancances del dispositiu i prendre consciència de la necessitat de complementar l'*smartphone* amb accessoris propis del *kit mojo*. D'altra banda, el mòbil té d'altres usos en la rutina diària del mitjà:

- 1) Com a eina de retransmissió d'informació en directe, ja sigui a través de Facebook Live o Periscope, així com a través de tuits escrits a Twitter, des dels propis mòbils dels periodistes que hi treballen.
- 2) A vegades, l'*smarphone* s'utilitza per a la gravació de rodes de premsa o situacions més controlades: "Qui va amb el mòbil, allà mateix pot editar el tall de veu d'aquella declaració i ens el pot fer arribar", explica Xavier Muixi, director d'informatius de Betevé.
- 3) En ocasions s'ha utilitzat per a rodatges en els quals es requeria discreció, com el cas dels manters.

En el cas de Betevé, una redacció que a priori té els recursos necessaris per desenvolupar la seva activitat periodística, no es contempla el telèfon com una eina d'ús habitual, ja que considera que mentre hi hagi càmeres per fer els rodatges el resultat serà més satisfactori.

En l'actualitat, la redacció de Betevé compta amb tres telèfons mòbils i diversos accessoris per al desenvolupament de la seva activitat.

## 2.9.4 El cas de Cugat.cat

Cugat.cat és un mitjà transmèdia que funciona com un diari digital, una ràdio i una televisió. La introducció del telèfon intel·ligent a la redacció és relativament recent i tot just n'està explorant alguns usos. En aquest sentit, la redacció utilitza el telèfon mòbil de diverses maneres:

- 1) Com a càmera de fotos. La gran majoria d'imatges que il·lustren el diari digital són capturades amb *smartphones*.
- 2) Com a gravadora. Per a enregistrar les declaracions que s'utilitzen en qualsevol dels tres mitjans que integra la redacció. Fan servir el telèfon mòbil amb un adaptador que els permet mantenir el micròfon dinàmic de la redacció.
- 3) Gravació de vídeo. En esdeveniments amb molt interès informatiu o informacions d'última hora, utilitzen els telèfons mòbils per poder compartir la informació de manera més immediata, ja sigui a través de Facebook Live o Periscope.

La col·laboració de Cugat.cat amb La Xarxa o d'altres programes els impedeix substituir totalment la càmera de televisió, ja que se'ls requereixen uns estàndards de qualitat determinats que només poden obtenir amb la càmera convencional.

La redacció no compta amb un equip de periodisme mòbil, simplement tenen dos telèfons mòbils que són d'ús general a dins la redacció.

## 3. Especificacions del documental: 'El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya'<sup>15</sup>

### 3.1 Tema

La incorporació del telèfon mòbil intel·ligent o *smartphone* a les redaccions catalanes de TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat.

---

<sup>15</sup> L'estructura d'aquesta part del projecte està basada en el llibre de producció del documental *Allà* de César Romero i Natalia Zapata, de la Universitat Catòlica de Pereira.

### **3.2 Gènere de producció**

Documental

### **3.3 Nombre de capítols**

1 capítol

### **3.4 Durada**

16 minuts

### **3.5 Públic objectiu**

- Professionals de la comunicació: periodistes, productors, editors de mitjans i caps d'informatius.
- Estudiants universitaris dins la branca de comunicació.
- Experts en periodisme mòbil d'àmbit nacional i internacional.

## **4. Fonts personals**

### **4.1 Fonts expertes**

Jordi Flamarich

Periodista especialitzat en periodisme mòbil, nous mitjans i continguts per a dispositius mòbils (*smartphones* i tauletes). Ha treballat de redactor, moderador d'espais virtuals, cap de redacció, editor de xarxes socials i director de continguts, sempre en l'àmbit digital. També és consultor en comunicació 2.0 i ofereix assessorament a empreses sobre estratègies comunicatives a Internet. A més, ofereix formació en noves tecnologies al Col·legi de Periodistes. Per últim, té un bloc sobre periodisme mòbil on publica guies i ressenyes d'aplicacions per fer un ús professional dels dispositius mòbils.



## 4.2 Fonts protagonistes

### TV3

David Bassa, cap d'informatius de TV3.

El canal principal de Televisió de Catalunya, TV3, és una cadena pública a nivell autonòmic, nascuda amb la finalitat d'oferir el servei públic de la informació en català. Les seves audiències han baixat considerablement en els darrers anys, però històricament s'ha considerat una cadena autonòmica moderna i amb esperit innovador.

Actualment, els informatius de TV3 estan dirigits per David Bassa, periodista i escriptor català. Ha exercit de responsable de la informació política dels informatius de TV3, així com en els programes de TV3 *La nit al dia* i *Àgora*. També va ser responsable de la informació política a *El matí de Catalunya Ràdio*.

El seu paper en aquest documental permetrà conèixer la visió de la televisió pública catalana respecte la incorporació de les noves tecnologies en la redacció, i concretament el paper del telèfon mòbil com a eina de producció periodística. L'aposta de TV3 pels *smartphones* no ha estat molt destacable.

### 8TV

Pipo Serrano, subdirector i editor digital de '8 al dia' amb Josep Cuní.

8TV és una cadena de televisió privada i d'àmbit autonòmic que pertany al grup de comunicació Godó. Les seves audiències mai han estat molt destacables (difícilment passant del 4% del *share*). En l'actualitat, el programa que cobreix l'actualitat informativa de la cadena és '8 al dia amb Josep Cuní', un programa subministrat per la productora Broadcaster, de Josep Cuní, i que es va impulsar el mes de setembre del 2011.

Pipo Serrano n'és el sotsdirector i alhora editor digital del programa. Inicialment, la seva col·laboració amb el programa era esporàdica, però la temporada passada va estrenar-se com a editor digital i enguany n'ha assumit també la sotsdirecció. Serrano té una àmplia experiència en comunicació digital, ha participat en el congrés més important del món de periodisme mòbil (*Mobile Journalism Conference*) i en l'actualitat està treballant per convertir la redacció de '8 al dia' en una redacció transversal.

### Betevé

Xavier Muixi, director d'informatius de Betevé.

Betevé és un mitjà de comunicació d'àmbit municipal de la ciutat de Barcelona, abans coneguda com BTV. La gestió del mitjà està en mans de la societat anònima municipal de l'Ajuntament de la ciutat, *Informació i Comunicació de Barcelona*.

El canal de televisió s'impulsa l'any 1994 i des què Sergi Vicente, actual director del mitjà, s'hi col·loca al capdavant, Betevé inicia una migració cap a un model transmèdia de ràdio i televisió, adaptada a diferents canals i suports i als tipus de consum actuals.

Xavier Muixi n'és l'actual director d'informatius, i qui d'alguna manera comença a integrar el telèfon mòbil en la vessant informativa de la cadena. Un dels projectes més interessants de periodisme mòbil de Betevé és la realització d'un informatiu íntegrament amb telèfon mòbil, durant l'edició del Mobile World Congress del 2015.

### Cugat.cat

Joan Miquel Fernàndez, sotsdirector de Cugat.cat.

El mitjà de comunicació d'àmbit local del municipi de Sant Cugat del Vallès funciona de manera transversal, integrant en una mateixa redacció la producció de continguts per a ràdio, televisió i diari digital. La titularitat del mitjà és pública i municipal, i pertany a l'Entitat Pública Empresarial Local Cugat.cat. D'altra banda, aquest mitjà està adherit a la Xarxa Audiovisual Local.

Joan Miquel Fernàndez n'és el sotsdirector, la persona encarregada de coordinar les diferents àrees i també un dels perfils més innovadors del mitjà. En el seu cas, és qui ha assumit la gestió d'aspectes relacionats amb les noves tecnologies del mitjà, i concretament de la incorporació del telèfon mòbil en algunes rutines diàries.

## 5. Tractament audiovisual

El documental és de tipus expositiu i es construeix a partir de les entrevistes a Jordi Flamarich, expert en periodisme mòbil, i els quatre professionals dels diferents mitjans de comunicació entrevistats (TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat).

Com a fil narratiu, la peça se serveix d'una veu en off que contextualitza les diferents parts del documental i dona pas al relat dels professionals, ordenats en funció de l'interès d'allò que expliquen i respectant un pes equilibrat entre les diferents fonts protagonistes.

En relació a l'aspecte visual, per la part de les entrevistes als professionals s'utilitza pla mig de tots ells. Les imatges de recurs que serveixen per reforçar el relat de la veu en off es presenten en format de pla detall, mig o general, en funció de la informació que s'està proporcionant.

### 5.1 Dispositiu gràfic

Al començament del documental hi apareix el títol *El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya*.

Més endavant, a l'entrada de cadascun dels personatges protagonistes, s'utilitzen textos amb el nom de la persona, el mitjà al qual pertany i el seu càrrec, sempre respectant una mateixa estètica.

### 5.2 Dispositiu sonor

A grans trets, aquest documental se serveix únicament del relat dels personatges i de la veu en off, però la música hi apareix tant en la primera narració amb veu en off, que serveix per presentar el tema de la peça, com quan es presenta el títol del documental. No s'utilitzen efectes de so.

## 6. Equip material i aplicacions

### 6.1 Equip de periodisme mòbil

Per dur a terme totes les entrevistes s'ha fet servir l'anomenat *kit mojo*, que són tots els elements que necessito per fer del meu telèfon mòbil un equip de gravació bàsic:

ELEMENT	MODEL	PREU
<b>Trípode</b>	Manfrotto Compact Action - Trípode completo, negro	63,20 €
<b>Adaptador micròfon</b>	IK Multimedia Irig Pre - Interfaz micro universal	42,00 €
<b>Micròfon de corbata</b>	Micròfon SmartLav+	44,00€
<b>Allargador</b>	StarTech.com MUHSMF2M - Cable de extensión alargador de auriculares con micrófono mini Jack 3.5 mm, 4 pines, macho a hembra, 2 m	2,97 €
<b>Suport mòbil</b>	Shoulderpod S2	39,99 €
<b>Bateria externa</b>	Anker Astro E1 5200mAh Bateria Externa	11,99 €
<b>Telèfon mòbil</b>	iPhone 6S Plus 128 GB	1.120,00€
	<b>TOTAL:</b>	<b>1.324,15 €</b>

Per tenir l'equip de periodisme mòbil al complet falta una torxa d'il·luminació (85€) i el seu suport corresponent (18,25€). El cost elevat d'ambdós elements provoca descartar-ne la compra i buscar ubicacions ben il·luminades per a fer l'entrevista, per tal de poder prescindir-ne.

Per adquirir l'equip de periodisme mòbil s'utilitzen referències del llibre *La transformació digital d'una redacció i el periodisme mòbil*, de Pipo Serrano.

L'encàrrec dels diferents elements es realitza el dia 30 de desembre del 2016 a través de la botiga electrònica Amazon ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)) i de la pàgina oficial de Shoulderpod ([www.shoulderpod.com](http://www.shoulderpod.com)) pel suport del mòbil. Les comandes arriben la primera setmana de gener del 2017.

### 6.1.1 Característiques de l'*smartphone*

El model utilitzat pel documental és el iPhone 6S Plus. Les seves característiques tècniques que són útils per a l'elaboració de la peça amb mòbil són les següents:

<b>Pantalla</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 5,5 polzades</li><li>• Retroiluminació per LED</li><li>• Sensibilitat <i>multitouch</i></li></ul>
<b>Càmera de vídeo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 12 megapíxels</li><li>• Enfocament automàtic continu</li><li>• Gravació de vídeo en 1080p HD a 30 o 60 f/s</li><li>• Gravació de vídeo en 4K a 30 f/s</li><li>• Estabilització òptica de la imatge per vídeo</li><li>• Vídeo time-lapse amb estabilització</li><li>• Reducció de soroll</li></ul>
<b>Capacitat</b>	128 GB
<b>Bateria</b>	Més de 12 hores
<b>Sistema operatiu</b>	iOS 10

## 6.2 Aplicacions mòbils

A banda de l'equip material, cal tenir en compte que el telèfon necessitarà una sèrie d'aplicacions per al desenvolupament del treball. Totes les aplicacions s'adquireixen a través de l'App Store d'Apple del dispositiu iPhone 6S Plus.

La primera aplicació que es necessita és *Filmic PRO*, una eina que permet controlar valors com l'exposició, el zoom o l'entrada d'àudio en el moment del rodatge de les entrevistes. L'aplicació està desenvolupada per Filmic Inc i el seu cost és de 14,99 €.

D'altra banda, pel muntatge i edició del documental s'adquireix l'aplicació *Pinnacle Studio Pro*, desenvolupada per Corel Inc. El seu cost és de 12,99 €.

*Pinnacle Studio Pro* només permet treballar amb una pista d'edició, per tant no resol les necessitats del projecte.

La darrera aplicació que es compra és *LumaFusion Pro video editing and effects*, desenvolupada per Luma Touch LLC. El seu cost és de 19,99 €. Aquesta aplicació té molta més flexibilitat a l'hora d'editar els diferents arxius, permet una estètica més cuidada i, en general, és molt més útil pel tipus de peça en qüestió.

APLICACIÓ	PREU
Filmic PRO	14,99 €
Pinnacle Studio PRO	12,99 €
LumaFusion	19,99 €
<b>TOTAL:</b>	<b>47,97 €</b>

## 7. Guió final

### 7.1 Estructura del guió

#### INTRODUCCIÓ

**ESC. 1** - INT. MOBILE WORLD CENTRE (IMATGES DE RECURS TELEFONIA MÒBIL)  
+ EXT. GRAN CIUTAT

Introducció del tema: desenvolupament de la telefonia mòbil.

**ESC. 2** - INFOGRAFIA XIFRES + INT. REDACCIÓ + DETALL MÒBIL

Creixement de l'ús de la telefonia mòbil i posterior incorporació al camp periodístic.

Jordi Flamarich explica què és el periodisme mòbil.

#### DESENVOLUPAMENT

**ESC. 3** - EXT. BOTIGA APPLE + DETALL IPHONE

L'iPhone marca el punt de partida per l'aplicació dels *smartphones* en el periodisme.

Pipo Serrano explica orígens del periodisme mòbil.

#### **ESC. 4 - EXT. EDIFICI TV3 + INT. REDACCIÓ**

Introducció del periodisme mòbil a les redaccions de Catalunya.

Explicació de l'ús que es fa del telèfon mòbil intel·ligent a les redaccions de TV3, Cugat.cat, Betevé i 8TV.

#### **ESC. 5 - INT. DETALL KIT MÒBIL**

Explicació de les diferents parts del kit de periodisme mòbil.

#### **ESC. 6 - INT. REDACCIÓ 8TV: ÚS DEL MÒBIL**

Avantatges i inconvenients del telèfon intel·ligent com a eina de treball.

Professionals n'expliquen avantatges i inconvenients.

#### **ESC. 7 - INT. REDACCIÓ: TELEVISIÓ + TWITTER**

Canvi en les lògiques televisives: el mòbil permet accedir a realitats on abans era impossible.

Professionals expliquen el canvi de les lògiques televisives.

#### **ESC. 8 - EXT. CIUTAT BARCELONA: RODATGE AMB MÒBIL + DETALL ARXIUS**

El periodista cada cop assumeix més parts del procés productiu d'una informació.

8TV i Cugat.cat expliquen què implica aquesta situació.

#### **ESC. 9 - EXT. CIUTAT BARCELONA: RODATGE AMB CÀMERA CONVENCIONAL + DETALL CÀMERA CONVENCIONAL**

Quina és la situació de l'operador de càmera amb l'entrada dels mòbils?

Professionals de diversos mitjans hi responen.

#### **ESC. 10 - INT. REDACCIÓ: DETALL MÒBIL AMB PEÇA**

El mòbil dona pas a noves maneres d'explicar les històries.

Reflexió dels professionals dels mitjans i experts en periodisme mòbil.

## CONCLUSIÓ

### **ESC. 11 - EXT. CIUTAT BARCELONA: GRAVACIÓ AMB KIT MÒBIL + INT. REDACCIÓ**

El periodisme mòbil es troba en fase experimental, però el futur passa pel mòbil.

Reflexió dels professionals dels mitjans TV3, 8TV i Betevé.

## **7.2 Escaleta**

ESCENA	IMATGE	ÀUDIO	ELEMENT GRÀFIC	DURADA
<b>1</b>	Interior. Mobile World Centre: taula estris vs. smartphone	MÚSICA		0:00:15
	Exterior. Gent utilitzant el telèfon mòbil en una gran ciutat	VEU EN OFF 1		0:00:40
	Exterior. time lapse Portal de l'Àngel	MÚSICA		0:00:30
<b>2</b>	Digital. infografia xifres / Interior. Redacció + smartphone	VEU EN OFF 2	INFOGRAFIA	0:00:31
	ENTREVISTA Jordi Flamarich: Què és el periodisme mòbil?	INSERT 1 + 2	CHYRON JORDI FLAMARICH	0:00:40
	Títol del documental: El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya	MÚSICA	TÍTOL DEL DOCUMENTAL	0:00:10
<b>3</b>	Exterior. Botiga Apple + Detall iPhone.	VEU EN OFF 3		0:00:40
	ENTREVISTA Pipo Serrano 8TV: orígens del periodisme mòbil	INSERT 3	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:37
<b>4</b>	Exterior. Edifici TV3 / Interior. redacció	VEU EN OFF 4		0:00:17
	ENTREVISTA David Bassa TV3: introducció periodisme mòbil a TV3	INSERT 4	CHYRON DAVID BASSA, TV3	0:00:16



	ENTREVISTA Joanmi Cugat.cat: introducció periodisme mòbil a Cugat.cat	INSERT 5	CHYRON JOANMI FERNÁNDEZ, Cugat.cat	0:00:15
	ENTREVISTA Muixi Betevé: introducció periodisme mòbil a Betevé	INSERT 6	CHYRON XAVIER MUIXI, Betevé	0:00:24
	ENTREVISTA Pipo Serrano 8TV: introducció periodisme mòbil a 8TV	INSERT 7 + 8	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:26
<b>5</b>	Interior. Parts del kit de periodisme mòbil	VEU EN OFF 5		0:00:35
	Interior. time-lapse del muntatge d'un kit mòbil	MÚSICA		0:00:35
<b>6</b>	Interior. Redacció de 8TV + detall ús del mòbil	VEU EN OFF 6		0:00:16
	ENTREVISTA Jordi Flamarich	INSERT 9	CHYRON JORDI FLAMARICH	0:00:18
	ENTREVISTA Joanmi Cugat.cat	INSERT 10	CHYRON JOANMI FERNÁNDEZ, Cugat.cat	0:00:30
	ENTREVISTA Guillem Martínez BTV	INSERT 11	CHYRON GUILLEM FERNÁNDEZ, Betevé	0:00:22
	ENTREVISTA Pipo Serrano 8TV	INSERT 12	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:40
<b>7</b>	Interior. Redacció Betevé + detall televisió amb vídeo de Twitter	VEU EN OFF 7		0:00:30
	ENTREVISTA David Bassa TV3	INSERT 13	CHYRON DAVID BASSA, TV3	0:00:15
	ENTREVISTA Jordi Flamarich	INSERT 14	CHYRON JORDI FLAMARICH	0:00:13
	ENTREVISTA Xavier Muixi	INSERT 15	CHYRON XAVIER MUIXI, Betevé	0:00:21
<b>8</b>	Exterior. Rodatge amb mòbil + detall edició i enviament de peça	VEU EN OFF 8		0:00:25
	ENTREVISTA Pipo 8TV	INSERT 16	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:17
	ENTREVISTA Joanmi Cugat.cat	INSERT 17	CHYRON JOANMI FERNÁNDEZ, CUGAT.CAT	0:00:28

<b>9</b>	Exterior. Rodatge amb càmera convencional + Detall càmera	VEU EN OFF 9		0:00:15
	ENTREVISTA Jordi Flamarich	INSERT 18	CHYRON JORDI FLAMARICH	0:00:16
	ENTREVISTA Joanmi Cugat.cat	INSERT 19	CHYRON JOANMI FERNÁNDEZ, CUGAT.CAT	0:00:32
	ENTREVISTA Pipo 8TV	INSERT 20	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:36
<b>10</b>	Interior. Detall smartphone amb muntatge de peça	VEU EN OFF 10		0:00:22
	ENTREVISTA Jordi Flamarich	INSERT 21	CHYRON JORDI FLAMARICH	0:00:12
	ENTREVISTA Pipo 8TV	INSERT 22		0:00:34
<b>11</b>	Exterior. Rodatge amb mòbil + Interior. recursos redacció	VEU EN OFF 10		0:00:25
	ENTREVISTA Xavier Muixi	INSERT 23	CHYRON XAVIER MUIXI, Betevé	0:00:29
	ENTREVISTA David Bassa TV3	INSERT 24	CHYRON DAVID BASSA, TV3	0:00:38
	ENTREVISTA Jordi Flamarich	INSERT 25	CHYRON PIPO SERRANO, 8TV	0:00:24
		<b>DURADA DOCUMENTAL</b>		<b>0:16:09</b>

## 8. Producció

### 8.1 Calendari

#### 8.1.1 Calendari previst

	Novembre				Desembre				Gener				Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
Lectures i documentació																																
Elaboració marc teòric																																
Elaboració projecte de documental i llibre de producció																																
Planificació entrevistes																																
Rodatge entrevistes																																
Guió del documental																																
Obtenció material de rodatge																																
Gravació imatges de recurs																																
Gravació de veu en off																																
Edició del documental																																

### 8.1.2 Calendari final

	Novembre				Desembre				Gener				Febrer				Març				Abril				Maig				Juny			
Lectures i documentació																																
Elaboració marc teòric																																
Elaboració projecte de documental i llibre de producció																																
Planificació entrevistes																																
Rodatge entrevistes																																
Guió del documental																																
Obtenció material de rodatge																																
Gravació imatges de recurs																																
Gravació de veu en off																																
Edició del documental																																

## 9. Pressupost final

ITEM	COST EN €
Equip de periodisme mòbil	1.324,15 €
Aplicacions periodisme mòbil	47,97 €
Entrevista Jordi Flamarich	13,60 €
Entrevista David Bassa	7,20 €
Entrevista Joan Miquel Fernández	3,30 €
Entrevista Xavier Muixi	11,10 €
Entrevista Pipo Serrano	3,20 €
<b>TOTAL:</b>	<b>1.410,52 €</b>

## 10. Conclusions

Els telèfons intel·ligents són una eina molt útil pels periodistes a molts nivells: els permeten comunicar-se amb la redacció d'una manera àgil i continuada, poden accedir a Internet per consultar tota mena d'informació en diferents formats (des de tuits a través de Twitter, fins a peces de vídeo a través dels mitjans de comunicació digitals). Aquest projecte, però, pretén anar un pas més enllà i planteja la utilització dels *smartphones* com a eines de producció de peces periodístiques. En aquest sentit, avui en dia, no podem considerar el periodisme mòbil una modalitat plenament incorporada dins la totalitat de les redaccions que analitza aquest projecte (TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat).

Pel que fa a rutines periodístiques, observem com en tots els casos analitzats el telèfon intel·ligent ja ha substituït eines tradicionals de la redacció com la gravadora de veu i la càmera fotogràfica. Aquest tipus de contingut generat amb el mòbil sovint serveix per il·lustrar la pàgina web dels diferents mitjans de comunicació analitzats. D'altra banda, en tots els mitjans es fa ús d'aplicacions com Facebook Live o Periscope per a la retransmissió d'esdeveniments puntuals en directe. En aquest sentit, veiem com TV3, Betevé i Cugat.cat utilitzen aquest tipus d'aplicacions, però no d'una manera sistematitzada, sinó en ocasions molt específiques. En canvi, 8TV fa servir aquest tipus

d'aplicacions diàriament per fer previsions del temps o seguir esdeveniments concrets, com ara els judicis.

En general, es pot distingir un ús més habitual del telèfon per a l'elaboració de contingut que es publica a la pàgina web del mitjà o a les xarxes socials, però no existeix un desplaçament habitual del contingut generat amb mòbil cap a l'emissió en televisió. La majoria de mitjans consideren que la qualitat tècnica dels aparells limita la possibilitat d'emetre les imatges en pantalla gran. 8TV és l'únic mitjà que ho fa de manera habitual, ja que diàriament emet peces parcialment realitzades amb *smartphone* i, ocasionalment, ha elaborat connexions en directe a través del telèfon mòbil. El resultat és una imatge de qualitat acceptable, però sempre tenint en compte que els esdeveniments que s'enregistren són situacions molt controlades on el telèfon està fixat amb un trípode i se serveix d'accessoris lumínics que ajuden a mantenir uns estàndards mínims de qualitat de la imatge.

En relació a la gravació d'imatges en vídeo, en tots els casos analitzats es tracta d'una eina complementària als equips tradicionals de gravació. Tot i què la titularitat del mitjà no era un dels elements clau a l'hora de fer el triatge de fonts, s'han observat algunes diferències en funció de si el mitjà és públic o privat. En els casos de les televisions públiques (TV3, Betevé i Cugat.cat) es manté molt present la càmera de vídeo tradicional i es considera que tenint en compte que sempre tenen càmeres de vídeo disponibles no té sentit fer ús del telèfon mòbil per fer rodatges informatius. En el cas de 8TV, la manca de recursos ha forçat el mitjà a servir-se d'equips de periodisme mòbil per arribar a cobrir més esdeveniments dels que és possible si només disposen dels equips tradicionals de gravació. Malgrat això, totes les televisions tenen un punt de vista similar: l'ús dels *smartphones* té sentit quan no hi ha càmeres convencionals disponibles però, si n'hi ha, és preferible servir-se dels equips tradicionals per les diferents possibilitats a l'hora de fer el rodatge.

En cap cas la introducció dels telèfons intel·ligents en les redaccions ha donat pas a l'acomiadament d'operadors de càmera, ni tan sols a 8TV on més plenament s'està incorporant l'eina. En principi, l'objectiu d'introduir aquesta nova eina no és reduir despesa o substituir els professionals que es dediquen a la gravació.

Respecte als usos i incorporació dels *smartphones* a les redaccions analitzades (TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat), es mostren de manera detallada a la següent taula:

Taula 3. Incorporació dels telèfons intel·ligents a TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat.

	<b>TV3</b>	<b>8TV</b>	<b>Betevé</b>	<b>Cugat.cat</b>
1. Elaboració de peces íntegrament amb mòbil	Gairebé mai	Ocasionalment	Gairebé mai	Mai
2. Retransmissió a través de Facebook Live i Periscope	Ocasionalment	Diàriament	Ocasionalment	Ocasionalment
3. Captura d'imatges amb telèfon mòbil	Habitualment	Habitualment	Habitualment	Diàriament
4. Gravacions de veu a través del telèfon mòbil	Habitualment	Habitualment	Habitualment	Diàriament
5. Captura de vídeo amb telèfon mòbil	Ocasionalment	Diàriament	Ocasionalment	Gairebé mai
6. Publicació de contingut enregistrat amb mòbil a xarxes socials i web	Ocasionalment	Diàriament	Ocasionalment	Ocasionalment
7. Publicació de contingut enregistrat amb mòbil a la televisió	Gairebé mai	Habitualment	Ocasionalment	Gairebé mai
	<b>TV3</b>	<b>8TV</b>	<b>Betevé</b>	<b>Cugat.cat</b>
8. Exploració de noves narratives	Sí	Sí	Sí	No
9. Pèrdua de llocs de treball (operadors de càmera) per l'entrada del mòbil	No	No	No	No
10. Incorporació d'un o més equips de periodisme mòbil a la redacció	No	Sí	Sí	No

Font: Elaboració pròpia a partir de les entrevistes en profunditat realitzades amb els representants escollits de TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Les funcions del mòbil que van de la 1 a la 7 es valoren en els següents termes: diàriament, habitualment, ocasionalment, gairebé mai, mai. De la funció 8 a la 10 es valora en termes de sí o no.

En relació als avantatges i inconvenients del telèfon mòbil intel·ligent com a eina per a l'elaboració de peces periodístiques, es destaquen la immediatesa, la portabilitat, la funcionalitat, el baix cost i la discreció com a avantatges i, en canvi, la poca utilitat per editar, l'edició senzilla, l'enregistrament molt neutre, la fragilitat de l'aparell i la pitjor qualitat com a principals inconvenients. S'exposen de manera detallada a continuació (Taula 4):

Taula 4. Avantatges i inconvenients dels *smartphones* a les redaccions.

<b>Avantatges</b>	<b>Inconvenients</b>
<b>Immediatesa</b>	<b>Poca utilitat per editar</b>
Escurça el temps per produir i compartir la informació.	Manca d'espai en la pantalla per fer un muntatge amb agilitat.
<b>Portabilitat</b>	<b>Edició senzilla</b>
Poc pes i fàcil de portar a tot arreu.	Poca versatilitat a l'hora de fer el muntatge de les diferents seqüències. El resultat serà més pla que amb un editor d'ordinador.
<b>Funcionalitat</b>	<b>Enregistrament molt neutre</b>
Moltes aplicacions possibles en un únic aparell molt petit.	Impossibilitat d'enregistrar plans en moviment: es perd la qualitat si hi ha molt moviment o si s'intenta fer zoom.
<b>Baix cost</b>	<b>Fragilitat de l'aparell</b>
Tenint en compte que incorpora moltes aplicacions, el seu cost no és elevat. Sobretot si ho comparem amb un equip de gravació de vídeo tradicional.	Pel tipus de manipulació i les característiques pròpies del dispositiu és més probable que es trenqui que un aparell tradicional.
<b>Discreció</b>	<b>Qualitat</b>
No crida l'atenció com ho fa una càmera tradicional i permet passar més desapercebut.	Tot i la bona qualitat dels telèfons intel·ligents de gamma alta, no és equiparable en moltes funcions com per exemple la gravació a molta distància.

Font: Elaboració pròpia



No es pot considerar que la introducció del telèfon mòbil a les redaccions estigui anant acompanyat de l'aparició de noves narratives definides. En general, els mitjans s'estan centrant més a generar contingut que es pugui consumir a través del mòbil dels espectadors o usuaris que en crear noves formes d'explicar històries construïdes a partir dels *smartphones*. S'observa com, cada cop més, els mitjans generen vídeos amb imatges suggeridores acompanyades de textos. Aquest fet permet consumir els vídeos a través del mòbil en qualsevol moment i independentment de si es disposa o no d'auriculars. Es busca sovint un format d'impacte per tal de captar l'atenció de l'usuari, que navega entre una gran quantitat d'informació disponible a les xarxes socials i a Internet en general. Aquest format, però, es continua elaborant des dels ordinadors tradicionals i no des de dispositius mòbils o *smartphones*, però estan pensats per ser consumits a través del mòbil. Per tant, la introducció del mòbil a les redaccions no està suposant una nova manera d'explicar històries íntegrament amb mòbil, però la seva popularització entre la societat sí que implica l'aparició de nous formats per millorar-ne el consum.

El fet de treballar amb mòbil implica que el periodista ha d'assumir més parts del procés productiu: quan se situa davant d'un fet d'actualitat no només s'ha de centrar a trobar les fonts més adients i parlar-hi, sinó també en dissenyar la distribució de l'equip de periodisme mòbil, planificar-ne el muntatge per posteriorment editar la peça amb les aplicacions mòbil disponibles i, finalment, enviar-ho a la redacció. Per tant, si amb l'arribada d'Internet i, conseqüentment, dels mitjans digitals, el periodista s'havia convertit en una figura *multitasking*, la incorporació dels *smartphones* a la redacció, encara accentua més aquest paper.

## **10.1 Recomanacions**

El més rellevant de tot quan es treballa amb un equip de periodisme mòbil és planificar molt bé quina situació s'ha d'enregistrar: tenint en compte que la flexibilitat pel muntatge és més limitada que amb un ordinador tradicional, cal preveure la intenció de la peça que volem enregistrar per després agilitzar el procés de muntatge.

D'altra banda, no té sentit utilitzar el telèfon mòbil si tenim altres aparells més complets a la nostra disposició. El telèfon mòbil encara compta amb una sèrie de limitacions, com per exemple la gravació d'escenes o situacions en moviment on hem de treballar amb

zoom o altres recursos. Si la situació que hem d'enregistrar és estàtica i controlada, el mòbil ens resoldrà les necessitats del rodatge, però si la situació és en moviment i poc planificada, i tenim al nostre abast un equip de gravació tradicional, el resultat serà més satisfactori.

Tampoc podem pretendre que el mòbil actuï en solitari: necessitarà una sèrie d'accessoris disponibles i adaptats a l'eina (fonamentalment els que componen l'equip de periodisme mòbil, prèviament presentats en aquest treball). És important conèixer bé les limitacions del mòbil per servir-nos dels aparells necessaris que supleixen les mancances dels telèfons actuals. Els accessoris que necessitem també vindran determinats pel tipus de rodatge que volem dur a terme.

Avui en dia, el telèfon mòbil és una eina complementària als equips tradicionals. Les seves limitacions encara impossibiliten que funcioni com a única eina de gravació dins la redacció. Però és important tenir present que l'evolució tecnològica d'aquests dispositius ha estat molt ràpida i es preveu que continuï sent-ho. En aquest sentit, és important remarcar que, tot i que en l'actualitat és complicat veure una redacció funcionar íntegrament amb telèfon mòbil, no estem tant lluny de què això sigui possible.

## 11. Bibliografia i webgrafia

- ACINAS, M (2013). iPhone: Història d'una revolució. Inesdi. Digital Business School. Recuperat a: <http://www.inesdi.com/blog/iphone-historia-de-una-revolucion/> [Consulta: 13/05/2017]
- *Apple reinventa el telèfono con el iPhone*. Apple. Recuperat a: <http://www.apple.com/es/pr/library/2007/01/09Apple-Reinvents-the-Phone-with-iPhone.html> [Consulta: 3/05/2017]
- BOLTER, D.; GRUSIN, P. (2010). Inmediatez, Hipermediación y Remediación. Recuperat a: [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva\\_web\\_eva/material\\_para\\_des\\_cargar/Inmediatez.pdf](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva_web_eva/material_para_des_cargar/Inmediatez.pdf) [Consulta: 3/05/2017]
- CASTELLS, M. (2009) Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial
- ECO, H (1965) *Apocalípticos e integrados*. Lumen: Barcelona

- Ericsson Mobility Report. On the pulse of the networked society. (2016) Recuperat a: <https://www.ericsson.com/assets/local/mobility-report/documents/2016/ericsson-mobility-report-november-2016.pdf> [Consulta: 3/05/2017]
- El repte d'informar amb el mòbil (1 de març del 2012). *Betevé*. Recuperat a <http://beteve.cat/el-repte-dinformar-des-del-mobil/> [Consulta: 2/05/2017]
- FLAMARICH, J. (11 de novembre del 2015). Periodisme amb el mòbil: apps i tècniques per treure profit al teu 'smartphone'. *La Xarxa*. Recuperat a <http://www.laxarxa.com/formacioenxarxa/noticia/seminari-periodisme-amb-el-mobil-apps-i-tecniques-per-treure-profit-al-teu-smartphone-amb-jordi-flamarich> [Consulta: 2/05/2017]
- FUNDACC. (2010) *El consum mediàtic, cultural i d'oci en temps de crisi*. Informe de El Baròmetre de la comunicació i la cultura. Barcelona.
- ESCALONA, N. (2014). #DigiTalk: del màrqueting directe a la comunicació 2.0. Barcelona: Editorial UOC, p. 20.
- GARCIA AVILÉS, J.A.; CARVAJAL, M. (2008). Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence: Two models of Multimedia News Production. The cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, nº 2, p. 229-230. Recuperat a: [https://www.academia.edu/4943613/Integrated\\_and\\_Cross-Media\\_Newsroom\\_ConvergenceTwo\\_Models\\_of\\_Multimedia\\_News\\_Production\\_The\\_Cases\\_of\\_Novot%C3%A9cnica\\_and\\_La\\_Verdad\\_Multimedia\\_in\\_Spain](https://www.academia.edu/4943613/Integrated_and_Cross-Media_Newsroom_ConvergenceTwo_Models_of_Multimedia_News_Production_The_Cases_of_Novot%C3%A9cnica_and_La_Verdad_Multimedia_in_Spain) [Consulta: 3/05/2017]
- GORDILLO, S; NOGUÉ, A (2008). Agència Catalana de Notícies. Model de periodisme multimèdia. *Trípodos*, nº 23, p. 5-6. Recuperat a: [www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/download/118911/154115](http://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/download/118911/154115) [Consulta: 2/05/2017]
- GOUJARD, C. (10 de novembre del 2016). Perfils de periodisme mòbil: introduint el #mojo a la redacció. *Ijnet. Xarxa de periodistes internacionals*. Recuperat a <https://ijnet.org/es/blog/perfiles-del-periodismo-móvil-introduciendo-el-mojo-la-redacción> [Consulta: 2/05/2017]
- Informe de la Comunicació a Catalunya 2013-2014: [http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13\\_pdf.pdf](http://incom.uab.cat/informe/download/2013/informe13_pdf.pdf) [Consulta: 26/03/2017]
- *Informe Mobile en España y en el Mundo 2016*. Digital Marketing Trends. Recuperat a: [http://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_1050.pdf](http://www.amic.media/media/files/file_352_1050.pdf) [Consulta: 3/05/2017]

- *iPhone 5: historia del smartphone que revolucionó la industria de la telefonía*. (12 de setembre del 2017) La Vanguardia. Recuperat a: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/20120912/54349179184/iphone-5-historia-del-smartphone-que-revoluciona-la-industria-de-la-telefonía.html> [Consulta: 3/05/2017]
- *iPhone 7*. Apple. Recuperat a: <http://www.apple.com/es/iphone-7/> [Consulta: 3/05/2017]
- JAOKAR, A.; FISH, T. (2006) *Mobile Web 2.0. The innovator's guide to developing and marketing next generation wireless/mobile applications*. Londres: FutureText, 2006.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós
- LEÓN, A. (12 de febrer del 2011). La evolución del teléfono móvil: del 'zapatófono' a los *smartphones*. *Corporación de Rádio i Televisión Española*. Recuperat a: <http://www.rtve.es/noticias/20110212/evolucion-del-telefono-movil-del-zapatofono-smartphones/404523.shtml> [Consulta: 2/05/2017]
- LUENGO DE LA TORRE, M. (2012). Una aproximación al concepto de Sociedad Móvil. El Smartphone: su expansión, funciones, usos, límites y riesgos. *Derecom*, vol. 11, p. 1-9. Recuperat a: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4331309> [Consulta: 1/05/2017]
- MANOVICH, L (2008) *El software toma el mando. Introducción: estudios de software para principiantes*. Recuperat a: <http://catedradatos.com.ar/media/Lev-Manovich-El-Software-toma-el-Mando-2008-Introducci%C3%B3n- Estudios-de-Software-para-principiantes-.pdf> [Consulta: 1/05/2017]
- MCLUHAN, M.; POWERS, B.R. (1989) *La Aldea Global*. Barcelona: Gedisa Editorial. Recuperat a: [https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan\\_Marshall\\_Powells\\_BR\\_La\\_aldea\\_global.pdf](https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf) [Consulta: 3/05/2017]
- MCLUHAN, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Editorial Paidós.
- ORTIZ, J. (2014). Tecnologías para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Máster Universitario en Desarrollo de Software para Dispositivos Móviles*. Universitat d'Alacant, p. 35. Recuperat a: <https://www.gitbook.com/book/mastermoviles/tecnologias2/details> [Consulta: 3/05/2017]
- RAMENTOL, S. (2017). *La informació com a teoria*. Universitat Autònoma de Barcelona

- Real Academia Espanyola (2014). *Telèfon mòbil*. En *Diccionari de la llengua espanyola* (22<sup>a</sup> ed.) Recuperat a: <http://dle.rae.es/?id=ZM2ivLY#DrRIYqi> [Consulta: 25/05/2017]
- Real Academia Espanyola (2014). *Telefonia mòbil*. En *Diccionari de la llengua espanyola* (22<sup>a</sup> ed.) Recuperat a: <http://dle.rae.es/?id=ZLlaOqd> [Consulta: 25/05/2017]
- DEL RIO, A. (11 de març del 2008). Tu móvil tiene mucho que ver con lo que pasa en el Congo. *Soitu.es*. Recuperat a: [http://www.soitu.es/soitu/2008/11/03/actualidad/1225709154\\_226295.html](http://www.soitu.es/soitu/2008/11/03/actualidad/1225709154_226295.html) [Consulta: 3/05/2017]
- ROMERO, C; ZAPATA, N. (2013). *Libro de producción Documental Allá*. Universidad Católica de Pereira. Recuperat a: <https://bojayaunadecada.files.wordpress.com/2014/12/libro-de-produccic3b3n-documental-allc3a1.pdf> [Consulta: 19/04/2017]
- SAULA, L. (18 de juny del 2014). L'hora del periodisme mòbil. *Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Recuperat a: <http://www.periodistes.org/ca/article/l-hora-del-periodisme-mobil-238.html> [Consulta: 14/05/2017]
- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa
- SERRANO, P. (2017). *La transformació digital d'una redacció i el periodisme mòbil (MoJo)*. Barcelona: Editorial UOC.
- TRIANA, J. (30 de setembre del 2016). Bana Alabed, la niña que 'tuitea' contra la guerra desde Alepo. *El Periódico*. Recuperat a: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/bana-alabed-nina-que-tuitea-contra-guerra-desde-alepo-5438076> [Consulta: 29/04/2017]
- VACAS, F. (2007). Telefonía móvil: la cuarta ventana. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 12, n°23. Recuperat a [http://www.sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-09-27\\_04-28-27110896.pdf](http://www.sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-09-27_04-28-27110896.pdf) [Consulta: 1/05/2017]
- VAIDOS, A. (5 de febrer del 2017). Google Play Store vs Apple's App Store - A Comparison. *Softpedia*. Recuperat a: <http://news.softpedia.com/news/google-play-store-vs-apple-s-app-store-a-comparison-512601.shtml> [Consulta: 3/05/2017]

## **ANNEXOS**

### **1. Detall guió del documental**

#### **ESCENA 1**

##### **VEU EN OFF 1 (0:00:40)**

La història del periodisme no es pot comprendre sense l'aparició de la telefonia mòbil. Abans que aquest, la impremta, la gravadora, les càmeres fotogràfiques o les de vídeo, capgirarien la professió. Però el periodisme del segle XIX no es pot entendre sense l'aparició del telèfon mòbil, i més concretament dels telèfons intel·ligents o *smartphones*.

Mentre que els primers telèfons mòbils només permetien emetre i rebre el so de la veu, en l'actualitat ens permeten infinitat de funcions: xatejar, gravar imatges, vídeos, editar-los, publicar-los a la xarxa i compartir-los amb amics. Les diferents i infinites aplicacions mòbils estan modificant la nostra manera de veure i explicar el món.

#### **ESCENA 2**

##### **VEU EN OFF 2 (0:00:31)**

Si mireu al vostre voltant veureu que tothom té un telèfon a les mans. A Espanya, l'any 2016 hi havia 51 milions de línies de telefonia mòbil. Això vol dir que ja hi ha més mòbils que persones al país.

El desenvolupament de la telefonia mòbil no només ha modificat aspectes en qüestions de comunicació interpersonal. També ho ha fet en l'ofici del periodista. La implantació d'aquests dispositius també ha arribat a les redaccions, on l'*smartphone* passa a ser una eina molt útil i acaba desencadenant el que s'ha anomenat periodisme mòbil.

##### **INSERT 1 + 2 (0:00:40)**

**Jordi Flamarich INSERT 1.** “El periodisme mòbil és aquell periodisme que es fa amb un dispositiu intel·ligent, amb un telèfon o amb una tauleta. Fa servir l’última tecnologia per generar continguts.”

**Jordi Flamarich INSERT 2.** “No et sabria dir l’any, però el moment en què això va fer un salt va ser l’any 2007 amb l’iPhone. L’iPhone va fer el salt qualitatiu. Fins llavors estàvem amb els Nokia de gama alta, amb càmeres d’alta qualitat, però un sistema operatiu espantós. L’iPhone va suposar el gran canvi.”

## **TÍTOL DEL DOCUMENTAL**

### **ESCENA 3**

#### **VEU EN OFF 3 (0:00:40)**

Un dels fenòmens que fa possible que avui parlem de periodisme mòbil és l’aparició de l’iPhone, el telèfon intel·ligent de la marca Apple que l’any 2007 entrava al mercat per canviar-lo dràsticament. L’ampli ventall d’aplicacions que oferia, més enllà de les pròpies funcionalitats de l’aparell, com la pantalla tàctil, la càmera d’una qualitat elevada pel moment o la possibilitat de reproduir música com si es tractés d’un mp3, van començar a obrir un ampli ventall de possibilitats als usuaris.

Els orígens del periodisme mòbil són difícils de definir: no hi ha una data, ni un moment, ni una persona concreta al capdavant.

#### **INSERT 3 (0:00:37)**

**Pipo Serrano INSERT 3.** “El gran referent del periodisme mòbil a nivell mundial és el Glen Mulcahy, cap d’innovació de RTÉ, la radiotelevisió irlandesa. Ell és un dels visionaris del *mojo*, no perquè vulgués, sinó per accident, com la majoria de nosaltres. En el sentit que un dia, perquè es troba amb una situació complexa i grava amb el mòbil, se n’adona que allò té una qualitat aparentment bona. En aquell cas crec que ell ho va fer amb un iPhone 4. Ho envia a la redacció i la gent que controla aquests mínims de qualitat diu: això està molt bé!”

## **ESCENA 4**

### **VEU EN OFF 4 (0:00:17)**

A Catalunya, la introducció del periodisme mòbil s'està produint de manera dispersa en els diferents mitjans. Tot just es troba en una fase d'exploració on els perfils més digitals n'exploren les diverses possibilitats:

### **INSERT 4 (0:00:16)**

**David Bassa INSERT 4.** "El telèfon mòbil el comencem a utilitzar sobretot, per exemple, en el portal del 324.cat. No tant en rodatges, sinó més per tema de fotografia o, a vegades, per fer Facebook Live. Però és veritat que és excepcional, no ho tenim com a metòdic. Tenim més metòdic en temes de fotografia, comentaris de telespectadors..."

### **INSERT 5 (0:00:15)**

**JoanMi Fernàndez INSERT 5.** "El que ja hem començat a incorporar és que, quan hi ha un esdeveniment que necessita agilitat per poder ser retransmès, fem servir el mòbil com a vídeo. Les qualitats de vídeo ens permeten una qualitat d'imatge molt alta."

### **INSERT 6 (0:00:24)**

**Xavier Muixi INSERT 6.** "Ja fa un parell d'anys, al Mobile World Congress vam fer un experiment que va ser molt reeixit, molt complicat i molt complex. Ens vam proposar fer un informatiu amb mòbil... Enlloc d'operadors de càmera hi havia operadors de mòbils i vam fer informatius sencers amb mòbil."

### **INSERT 7 + 8 (0:00:26)**

**Pipo Serrano INSERT 7.** "Els càmeres que tenim són els mateixos que teníem, les càmeres, els aparells, són els mateixos que teníem, però ara tenim quatre equips complerts de periodisme mòbil."

**Pipo Serrano INSERT 8.** "A banda d'això tenim dos col·laboradors del programa que tenen un petit kit mòbil a casa seva i dos responsables del programa que, l'un des de



Nova York i l'altre des de Brussel·les o on sigui d'Europa, també fan les seves emissions amb kits complets de periodisme mòbil.”

## **ESCENA 5**

### **VEU EN OFF 5 (0:00:25)**

El periodisme mòbil necessita un equip molt senzill per dur-lo a terme. Simplement amb un telèfon mòbil intel·ligent ja seria suficient, però per suplir les mancances que a dia d'avui s'identifiquen, el kit es configura de diversos elements: d'una banda, compta amb un trípod per donar-li estabilitat i independència del periodista. D'altra banda, necessita un suport per collar el mòbil al trípod. A més, caldrà dotar-lo de micròfon, ja sigui de corbata o de carxofa. I sempre anirà bé un recurs lumínic. Tot això és el que s'anomena Kit mòbil.

## **ESCENA 6**

### **VEU EN OFF 6 (0:00:16)**

Com qualsevol eina, el mòbil té una sèrie d'avantatges i d'inconvenients. Aquells qui l'han començat a provar en diversos muntatges són capaços de definir-ne les potencialitats, però també de trobar-ne les mancances.

### **INSERT 9 (0:00:18)**

**Jordi Flamarich INSERT 9.** “El telèfon o un smartphone és com una navalla suïssa. No té les millors tisores però tot junt és un gran invent.”

### **INSERT 10 (0:00:30)**

**JoanMi Fernàndez INSERT 10.** “Un dels avantatges és la mobilitat, la portabilitat dels instruments. Amb això portes molts instruments per fer la teva feina. No sé si té inconvenients. Només si l'has de fer servir com a eina d'edició a la meua generació li costarà més.”

#### **INSERT 11 (0:00:22)**

**Guillem Martínez INSERT 11. 2'58":** “Si tu realment vols que hi hagi una immediatesa molt gran i que estigui ja muntat, un mòbil va molt bé. (...) Si no tens aquesta presa, no té tant sentit, perquè la qualitat serà pitjor... El muntatge és més simple.”

#### **INSERT 12 (0:00:40)**

**Pipo Serrano INSERT 12.** “No li manca res. A un dispositiu mòbil, avui pots veure documentals de 50 minuts fets amb un dispositiu mòbil, en ocasions amb cert suport de tablets. Hi ha peces fetes íntegrament amb mòbil, peces que surten a BBC, CNN... I no li falta res. Absolutament, res. Ara, és més còmode editar amb un mòbil que amb un ordinador? No. Descaradament no.”

#### **ESCENA 7**

#### **VEU EN OFF 7 (0:00:30)**

Cada cop són més les persones que tenen un mòbil entre les mans arreu del món. Tothom és un potencial reporter i té a l'abast una eina per enregistrar la seva realitat. Aquest fet està canviant algunes lògiques televisives: on fins fa pocs anys només hi havia la possibilitat d'emetre imatges de qualitat, cada cop més veiem imatges filmades en vertical o mal gravades, enregistrades per terceres persones, però on hi prima el valor informatiu per sobre del valor estètic.

#### **INSERT 13 (0:00:15)**

**David Bassa INSERT 13.** “Abans primava la qualitat de la imatge perquè la televisió tenia el monopoli de la imatge. Com ara tothom pot capturar imatge d'una qualitat assumible, el que prima ja no és la qualitat sinó el valor informatiu.

#### **INSERT 14 (0:00:13)**

**Jordi Flamarich INSERT 14.** “Els smartphones el que estan obrint són milions de ulls a qualsevol racó del món. Qualsevol persona potencialment és un periodista ara mateix.”

#### **INSERT 15 (0:00:21)**

**Xavier Muixi INSERT 15.** “Al final, el que compta és l'interès informatiu. Tot plegat són eines i el que està proporcionant el mòbil, ja no només a les redaccions si no al món en general, és que tothom pot captar una imatge interessant que pot ser notícia i la pot compartir amb tothom.”

#### **ESCENA 8**

##### **VEU EN OFF 8 (0:00:25)**

El fet de poder treballar amb un *smartphone* suposa més responsabilitat pel periodista, que cada cop assumeix més parts del procés productiu d'una peça informativa. Amb el mòbil, com ja va passar amb l'aparició dels primers mitjans digitals, el periodista s'encarrega d'anar al lloc dels fets, redactar-ne la peça, gravar l'àudio i muntar-ho tot. Això pot acabar perjudicant la qualitat informativa de la peça final?

#### **INSERT 16 (0:00:17)**

**Pipo Serrano INSERT 16.** “Si comencem a reduir despesa, si comencem a demanar als periodistes que ho facin tot, pot ser que al final els hi demanem que perdin temps amb coses que potser ells no haurien d'estar fent, i que haurien d'estar trobar més informació, investigar, parlant amb gent, etcètera.”

#### **INSERT 17 (0:00:28)**

**JoanMi Fernàndez INSERT 17.** “Els homes o les dones orquestra sí que feien una melodia al final. Podien fer un concert, sí. Però qualitativament era com una banda orquestrada? No. Però oferia el mateix amb una altra qualitat. Ens passa una mica el mateix amb aquests processos de simplificació de les tasques.”

#### **ESCENA 9**

##### **VEU EN OFF 9 (0:00:15)**

I si cada cop el periodista fa més coses, i ara, fins i tot enregistra imatges, en quina situació es queden els operadors de càmera? Cada avanç tecnològic i cada invent aplicable a la indústria de la comunicació, pot acabar comportant pèrdua de llocs de treball.

#### **INSERT 18 (0:00:16)**

**Jordi Flamarich** INSERT 18. “Òbviament, seria millor anar en parelles i que un s’ocupés de la càmera i l’altre de fer entrevistes. Però, realment, l’empresa periodística vol reduir costos i, si podem fer-ho amb un, ho farà amb un. I nosaltres periodistes hem de ser capaços de fer-ho tot sols.”

#### **INSERT 19 (0:00:32)**

**JoanMi Fernàndez** INSERT 19. “Com passa amb totes les revolucions digitals, una revolució sempre comporta la pèrdua de llocs de feina. Sempre que hi ha revolucions hi ha una simplificació. Però també ens obliga a buscar-nos la vida i a experimentar en coses noves. Però és preocupant pel sector.”

#### **INSERT 20 (0:00:36)**

**Pipo Serrano** INSERT 20. “Jo tenia bastant clar on volia fer servir el periodisme mòbil. Potser el més important és entendre’l molt bé i saber quines limitacions té. És a dir, un dispositiu com això és un dispositiu que té unes avantatges brutals, ens dona molta mobilitat, ens dona facilitat per cobrir informacions, però sens dubte aquesta càmera mai serà similar a la que pugui tenir un càmera. I aquesta càmera i un redactor mai podran arribar a la perfecció que pot arribar un redactor amb un càmera que se sàpiga moure com els càmeres de veritat.”

### **ESCENA 10**

#### **VEU EN OFF 10 (0:00:22)**

Com qualsevol nou canal, el mòbil obra la porta a altres maneres d’explicar històries. Les seves limitacions i les seves potencialitats, obliguen els mitjans a repensar la manera en

què narren els fets. No hi ha a dia d'avui una narrativa per a mòbil definida. El goteig constant de noves aplicacions no fa possible establir un llenguatge comú.

#### **INSERT 21 (0:00:12)**

**Jordi Flamarich INSERT 21 15'54":** “El mòbil obliga a trencar esquemes i ens obliga a assajar noves formes de narrativa. Crec que ho estem inventant sobre la marxa.”

#### **INSERT 22 (0:00:34)**

**Pipo Serrano INSERT 22.** “Visualment, el fet de voler encabir tot en el mòbil ens ha fet canviar les narratives. Això és evident quan en els vídeos que nosaltres publiquem en el digital, moltes vegades van acompanyats d’una espècie de subtítols, que el que intenten es donar-te els conceptes clau d’aquella notícia. Per què es fa això? Molta gent quan vol consumir aquest contingut no vol pujar el volum, perquè molesta a la gent, perquè està al metro. Sense fer res, tu estàs mirant aquell contingut i ja l’estàs entenent.”

### **ESCENA 11**

#### **VEU EN OFF 11 (0:00:25)**

És evident que el periodisme mòbil a Catalunya, però segurament també a la resta del món, es troba en fase experimental. La rapidesa amb que apareixen nous dispositius, noves qualitats, nous accessoris pels mòbils, canvia el paradigma i els periodistes s’han de reinventar. No sabem com evolucionarà la professió en aquest nou canal, però està clar que els caps dels diferents mitjans ho tenen apuntat a les seves agendes, i que el futur, està en el mòbil.

#### **INSERT 23 (0:00:29)**

**Xavier Muixi INSERT 23.** “Estem en un moment en què ens cal formació constantment. És veritat que no hem de ser mai resistents als canvis i a les tecnologies que ens poden ajudar a fer coses. Tampoc hem de ser esclaus de la tecnologia perquè et poden fer trampa. Has d’agafar el millor d’elles i pensar que són eines per seguir fent bé la teva feina.”

#### **INSERT 24 (0:00:38)**

**David Bassa INSERT 24.** “De la mateixa manera que hi ha redactors que escriuen bé, redactors que no escriuen bé.... el telèfon mòbil no és la panacea de res. Continuarem tenint les mateixos problemes estructurals i haurem de tenir una regularització molt clares, perquè no tothom podrà o voldrà gravar amb mòbil.”

#### **INSERT 25 (0:00:24)**

**Jordi Flamarich INSERT 25** “Quan es va canviar la màquina d'escriure pels ordinadors, als periodistes no els va agradar. Quan va arribar internet... El mòbil... És una cosa imparable.”

## **2. Diari de camp: elaboració entrevistes**

A continuació s'afegeixen tots els detalls de les diferents trobades amb el cost econòmic i la inversió de temps detallats:

### **2.1 Entrevista a Jordi Flamarich**

Jordi Flamarich és expert en periodisme mòbil.

#### Data i localització de la trobada

10 de febrer del 2017, 10 h, Mobile World Centre (Barcelona)

#### Contacte

- Primera comunicació: 8 de desembre del 2016, a través del correu electrònic. Em contesta el 12 de desembre del 2016 i decidim tornar-nos a escriure després de les vacances de Nadal.
- Segona comunicació: 12 de gener del 2017, a través del correu electrònic. Ens citem pel 3 de febrer, sense definir ubicació.

- Tercera comunicació: 31 de gener del 2017. Ens citem al Mobile World Centre. Demano autorització per poder filmar-hi i me la concedeixen per correu electrònic.
- Quarta comunicació: 3 de febrer. Jordi Flamarich aplaça l'entrevista per motius personals. Quedem pel 10 de febrer, a la mateixa hora i en la mateixa ubicació.

#### Altres informacions d'interès

Tot i que el dia 3 Jordi Flamarich aplaça l'entrevista, visito igualment el Mobile World Centre per conèixer la persona que m'ha autoritzat a gravar-hi i veure les instal·lacions per poder tenir en compte les condicions lumíniques de l'espai.

#### Despeses

- DESPLAÇAMENT (en tren). Comptant el viatge del 3 de febrer i del 10 de febrer del 2017:
  - Castellbisbal - Barcelona Plaça Catalunya (3,40 € x 2)
  - Barcelona Plaça Catalunya - Castellbisbal (3,40 € x 2)
  - Total: 13,60 €

#### Temps destinat a l'entrevista

En total, la trobada té una durada de 45 minuts. Específicament l'entrevista dura 30 minuts i 43 segons. A aquest temps cal afegir el temps que prèviament destino a preparar l'entrevista i el temps de buidatge de les declaracions més interessants i que finalment incorporaré al Treball.

- PREPARACIÓ DE L'ENTREVISTA: 1 hora
- DESPLAÇAMENT: 1 hora i 30 minuts
- DESENVOLUPAMENT DE L'ENTREVISTA: 45 minuts
- BUIDATGE DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 30 minuts
- **TEMPS TOTAL: 4 hores i 45 minuts**

## **2.2 Entrevista a David Bassa**

David Bassa és cap d'informatius de TV3.

### Data i localització de la trobada

9 de febrer del 2017, 10 h, despatx David Bassa, edifici informatius de TV3 (Esplugues de Llobregat).

### Contacte

- Primera comunicació: 10 de gener del 2017. Contacte amb el Servei d'Atenció a l'Audiència de TV3 per demanar per algú que pugui respondre els meus dubtes sobre la implantació del periodisme mòbil als informatius de la cadena.
- Segona comunicació: 24 de gener del 2017. David Bassa, cap d'informatius de TV3, es posa en contacte amb mi i quedem pel 9 de febrer del 2017.

### Altres informacions d'interès

La intenció inicial és que aquesta entrevista no sigui la primera, però el contratemps de Jordi Flamarich provoca que David Bassa sigui el primer entrevistat. L'entrevista es produeix just un dia abans que la de Jordi Flamarich.

### Despeses

- DESPLAÇAMENT (en cotxe privat) i APARCAMENT
  - 33 quilòmetres amb dièsel (anada i tornada): 3,20 €
- APARCAMENT (zona blava)
  - 3 hores d'estacionament: 4 € (en poso de més per prudència)
- Total: 7,20 €

### Temps destinat a l'entrevista

L'entrevista dura un total de 19 minuts i 42 segons, però en total la trobada dura aproximadament uns 40 minuts.

- PREPARACIÓ DE L'ENTREVISTA: 1 hora
- DESPLAÇAMENT: 40 minuts
- DESENVOLUPAMENT DE L'ENTREVISTA: 40 minuts
- BUIDATGE DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 30 minuts
- **TEMPS TOTAL: 3 hores i 50 minuts**



## 2.3 Entrevista Joan Miquel Fernàndez

Joan Miquel Fernàndez és sotsdirector de Cugat.cat.

### Data i localització de la trobada

16 de febrer del 2017, 11 h, redacció de Cugat.cat (Sant Cugat del Vallès).

### Contacte

- Primera comunicació: 24 de gener del 2017. Li escric a través del correu electrònic que apareix a la web del mitjà i em contesta de seguida. Quedem directament pel 16 de febrer del 2017.

### Altres informacions d'interès

Inicialment, m'interessava comptar amb la col·laboració de La Xarxa, la plataforma multimèdia de suport a l'audiovisual local, i em poso en contacte amb Miquel Herrada, cap de l'àrea Digital de la plataforma, però ens diuen que no treballen amb mòbil i ens recomanen parlar amb Cugat.cat per ser capdavanters en innovació dins la plataforma.

### Despeses

- DESPLAÇAMENT (cotxe privat)
  - 34 quilòmetres amb dièsel (anada i tornada): 3,30 €
  - Total: 3,30 €

### Temps destinat a l'entrevista

En total, la trobada té una durada de 1 hora i 15 minuts. Concretament, l'entrevista dura 39 minuts i 20 segons. A aquest temps cal afegir el temps que prèviament destino a preparar l'entrevista i el temps de buidatge de les declaracions més interessants i que finalment incorporaré a la peça.

- PREPARACIÓ DE L'ENTREVISTA: 1 hora
- DESPLAÇAMENT: 50 minuts
- DESENVOLUPAMENT DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 15 minuts
- BUIDATGE DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 30 minuts
- **TEMPS TOTAL: 4 hores i 35 minuts**

## **2.4 Entrevista a Xavier Muixi**

Xavier Muixi és director d'informatius de Betevé (Barcelona Televisió).

### Data i localització de la trobada

3 de març del 2017, 12 h, redacció de Betevé (Barcelona).

### Contacte

- Primera comunicació: 24 de novembre del 2016. Em poso en contacte amb Sergi Vicente, director de Betevé. El mateix dia em remet a Xavier Muixi, cap d'informatius del mitjà.
- Segona comunicació: 30 de novembre del 2016. M'escriu Xavier Muixi i quedem per després de Nadal.
- Tercera comunicació: 23 de febrer del 2017. Quedem pel 3 de març del 2017.

### Altres informacions d'interès

En aquesta trobada vull aprofitar per parlar amb algun periodista que participés durant el projecte de l'informatiu amb telefonia mòbil i aconsegueixo parlar amb Guillem Martínez, periodista de la redacció, qui m'explica com va ser la experiència del Mobile World Congress i el seu parer respecte el mòbil aplicat al periodisme.

### Despeses

- DESPLAÇAMENT (tren)
  - Castellbisbal - Barcelona Plaça Catalunya (3,40 €)
  - Barcelona Plaça Catalunya - Castellbisbal (3,40 €)
  - Metro Plaça Catalunya - Glòries (2,15€)
  - Metro Glòries - Plaça Catalunya (2,15€)
  - Total: 11,10 €

### Temps destinat a l'entrevista

En total, la trobada té una durada de 1 hora i 10 minuts. Específicament l'entrevista amb Xavier Muixi dura 27 minuts i 18 segons, i l'entrevista amb Guillem Martínez dura 4 minuts. A més, aprofito la visita per enregistrar imatges de recurs de la redacció, tant a l'interior com a l'exterior. A aquest temps cal afegir el temps que prèviament destino a preparar l'entrevista i el temps de buidatge de les declaracions més interessants i que finalment incorporaré al Treball.

- PREPARACIÓ DE L'ENTREVISTA: 1 hora
- DESPLAÇAMENT: 1 h i 50 minuts
- DESENVOLUPAMENT DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 10 minuts
- BUIDATGE DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 30 minuts
- **TEMPS TOTAL: 5 hores i 30 minuts**

## 2.5 Entrevista Pipo Serrano

Pipo Serrano és sotsdirector i editor digital de '8 al dia', de 8TV.

### Data i localització de la trobada

24 de març del 2017, 13 h, redacció de '8 al dia' (Esplugues de Llobregat).

### Contacte

El contacte amb Pipo Serrano el faig personalment degut al fet que treballo a la seva redacció. El primer cop que li explico la meva intenció d'entrevistar-lo (finals de desembre del 2016) quedem en fixar una data i finalment establím el 24 de març.

### Despeses

- DESPLAÇAMENT (en cotxe privat)
  - 33 quilòmetres amb dièsel (anada i tornada): 3,20 €

### Temps destinat a l'entrevista

L'entrevista dura un total de 38 minuts i 6 segons, però en total la trobada té una durada de 1 hora i quinze minuts entre l'entrevista i l'enregistrament d'altres imatges.

- PREPARACIÓ DE L'ENTREVISTA: 1 hora
- DESPLAÇAMENT: 40 minuts
- DESENVOLUPAMENT DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 15 minuts
- BUIDATGE DE L'ENTREVISTA: 1 hora i 30 minuts
- **TEMPS TOTAL: 4 hores i 25 minuts**

### 3. Permís d'ús d'entrevistes

Aquest permís d'ús d'entrevistes s'elabora amb la finalitat d'obtenir l'autorització dels diferents participants en la peça documental en cas de dur a terme la peça final.

#### CESSIÓ DRETS D'IMATGE I ENTREVISTA

El documental *El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya* està produït per Amanda Sánchez, estudiant de periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona. La finalitat de la peça és identificar els reptes del periodisme mòbil i mostrar com diversos mitjans de comunicació de comunicació (TV3, 8TV, Betevé i Cugat.cat) estan integrant el mòbil com a eina de producció de peces informatives.

En conseqüència, jo, \_\_\_\_\_ identificat amb el número de DNI \_\_\_\_\_, del mitjà de comunicació \_\_\_\_\_, autoritzo a Amanda Sánchez a utilitzar la meua entrevista i les imatges que d'aquesta se'n derivin en el documental *El periodisme mòbil. Un repte global amb mirada a Catalunya*. Manifesto haver estat informat/da prèviament de l'ús que es farà d'aquest material.

Ademés, autoritzo a la divulgació de les imatges a través de la seva reproducció, tant en mitjans impresos, com electrònics, amb la finalitat informativa que es requereixi.

Signatura:

DNI:

Telèfon:

Direcció:

Ciutat i data: